



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE  
CONTABILIDAD**

**TESIS**

**SISTEMA DE COSTOS POR ORDENES DE PEDIDO  
PARA ESTABLECER EL PRECIO DE VENTA DE LA  
MICROEMPRESA BAR RESTAURANT CRISTAL,  
DEL DISTRITO DE FERREÑAFE 2016**

**PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL DE  
CONTADOR PÚBLICO**

**Autor:**

**Bach. Fernández Temoche Oscar Arturo**

**Asesor:**

**Dr. Urbina Cárdenas Max Fernando**

**Línea de Investigación:**

**Costos y Contabilidad Aplicada**

**Pimentel – Perú  
2018**

**SISTEMA DE COSTOS POR ORDENES DE PEDIDO PARA  
ESTABLECER EL PRECIO DE VENTA DE LA MICROEMPRESA  
BAR RESTAURANT CRISTAL, DEL DISTRITO DE FERREÑAFE  
2016**

**Aprobación de la Tesis**

---

**Dr. Urbina Cárdena Max Fernando**  
**Asesor Metodológico**

---

**Dra. Cabrera Sanchez Mariluz Amalia**  
**Presidente del jurado de tesis**

---

**Mg. Farfán Ayala Mario Ignacio**  
**Secretario del jurado de tesis**

---

**Mg. Cachay Sanchez Lupe del Carmen**  
**Vocal del jurado de tesis**

## **DEDICATORIA**

Quiero dedicar la presente tesis en primer lugar a Dios por haberme permitido llegar hasta estas instancias de la vida y por haberme dado salud para poder alcanzar una meta más.

A mis padres, Arturo y Madeleine, gracias por haber depositado todo su amor, respeto y confianza en mí, haberme enseñado a luchar por todos mis sueños, sus ejemplos de superación y entrega han permitido que hoy pueda ver alcanzada mi meta.

A mi esposa Lucía por su apoyo incondicional en la realización de la presente investigación y a mi hijo Mathías por ser uno de mis mayores motivos para poder alcanzar mis objetivos.

**EL AUTOR**

## **AGRADECIMIENTO**

Un sincero agradecimiento a mi asesor de tesis Dr. Max Fernando Urbina Cárdenas, quien con sus conocimientos, experiencia, paciencia y su motivación ha logrado que pueda culminar exitosamente esta investigación.

Al propietario del negocio “Bar Restaurant CRISTAL” Rafael Barrenechea Effio y a sus empleados, por el apoyo y facilidades que se me fue otorgado para poder hacer realidad la presente investigación.

De igual manera a la Universidad Señor de Sipán y sus docentes, por haber transmitido sus conocimientos y experiencias para formarme como profesional.

**EL AUTOR**

## RESUMEN

La presente tesis titulada Sistema de Costos por Órdenes de Producción para establecer el precio de venta de la microempresa Bar Restaurant CRISTAL, del Distrito de Ferreñafe 2016, tiene como objetivo general Proponer un Sistema de Costos por Órdenes de Producción para determinar el precio de venta en la empresa “Bar Restaurant CRISTAL”. La importancia que tiene es el conocimiento de los costos de producción para determinar un precio de venta adecuado y que este sea flexible a los cambios económicos.

La tesis es de tipo cuantitativa, descriptiva y analítica, cuya población estuvo conformada por todas las personas que forman parte del negocio, siendo un total de 3, quienes fueron a la misma vez la muestra de la investigación. Se aplicó las técnicas de entrevista y fichaje utilizando como instrumentos la guía de entrevista y la ficha técnica para la recopilación de datos.

Se ha propuesto un sistema de costos por órdenes de pedidos aplicando el costeo directo o variable, que ha sido diseñado con la finalidad de que el usuario pueda manejarlo fácilmente y se adapte a las necesidades del negocio para poder determinar el costo de los platos elaborados.

**Palabras claves:** Sistema de Costos, Precio de Venta, Restaurante.

## ABSTRACT

This thesis entitled System of Costs for Production Orders to establish the sale price of the micro-enterprise Bar Restaurant CRISTAL, of the District of Ferreñafe 2016 general objective Propose a System Costs Production Orders to determine the selling price in the company "Bar Restaurant CRISTAL". The importance is the knowledge of the production costs to determine an appropriate selling price and that is flexible to economic changes.

The thesis is quantitative, descriptive and analytical type, whose population consisted of all the people who are part of the business, with a total of 3, who were at the same time the research sample. The techniques of interviewing and signing were applied using the interview guide and the data sheet for data collection as instruments.

It has proposed a system cost by orders of orders using the direct or variable costing, which has been designed in order to allow the user to easily manage and adapt to business needs to determine the cost of the dishes.

**Keywords:** System Cost, selling price, Restaurant.

## INDICE

<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>iii</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	<b>iv</b>
<b>RESUMEN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>10</b>
<b>CAPITULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>12</b>
1.1. Situación Problemática .....	13
1.2. Formulación del Problema .....	19
1.3. Delimitación de la investigación .....	20
1.4. Justificación e importancia .....	20
1.5. Objetivos.....	22
1.5.1. Objetivo general .....	22
1.5.2. Objetivos específicos.....	22
<b>CAPITULO II: MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>23</b>
2.1. Antecedentes de la investigación.....	24
2.2. Bases Teóricas Científicas.....	28
2.2.1. Sistemas de Costos.....	28
2.2.2. Precio de Venta .....	40
2.3. Marco Conceptual.....	58
<b>CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO</b> .....	<b>59</b>
3.1. Tipo y diseño de investigación .....	60
3.1.1. Tipo de investigación.....	60
3.1.2. Diseño de investigación.....	60
3.2. Población y muestra .....	61
3.2.1. Población .....	61

3.2.2. Muestra .....	61
3.3. Hipótesis .....	61
3.4. Variables .....	62
3.4.1. Independiente .....	62
3.4.2. Dependiente .....	62
3.4.3. Operacionalización de las variables .....	63
3.5. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	64
3.5.1. Métodos de investigación .....	64
3.5.2. Técnicas de investigación .....	64
3.5.3. Instrumentos de investigación .....	64
3.6. Procedimiento para la recolección de datos .....	65
3.7. Análisis e interpretación de los datos .....	66
<b>CAPITULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS ....</b>	<b>67</b>
4.1. Análisis e interpretación de los resultados .....	68
<b>CAPITULO V: PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>84</b>
5.1. Fundamentación .....	85
5.2. Objetivos .....	85
5.3. Diseño del sistema .....	85
5.4. Registro de los productos .....	91
5.5. Registro de insumos .....	91
5.6. Registro de la compra de insumos .....	92
5.7. Registro de ventas del día .....	93
5.8. Determinación de los costos variables unitarios .....	94
5.9. Determinación de los costos fijos unitarios .....	97
5.10. Determinación del costo unitario por plato producido .....	98
5.11. Determinación de los precios de venta .....	99
<b>CAPITULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>101</b>



6.1. Conclusiones .....	102
6.2. Recomendaciones .....	103

**REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

**ANEXOS**

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de Investigación lleva por título Sistema de Costos por Órdenes de Pedido para establecer el precio de venta de la microempresa Bar Restaurant CRISTAL, del distrito de Ferreñafe 2016. Siendo este un tema muy importante como es el conocimiento de los costos de producción para determinar un precio de venta adecuado y que este sea flexible a los cambios económicos. Por ello se formuló la siguiente pregunta: ¿Un sistema de costos por órdenes de pedido permitirá establecer el precio de venta de la empresa “Bar Restaurant CRISTAL”? El mismo que tiene como objetivo Proponer un Sistema de Costos por Órdenes de Producción para determinar el precio de venta en la empresa “Bar Restaurant CRISTAL” del distrito de Ferreñafe – 2016.

Para su mejor comprensión el presente trabajo de investigación ha sido estructurado de la siguiente manera:

En el capítulo I: denominado Problema de la Investigación comprende; La situación problemática, formulación del problema de investigación, delimitación encontradas en el trabajo de investigación, justificación e importancia y los objetivos.

En el capítulo II: denominado Marco Teórico contiene; Antecedentes de estudios, bases teóricas - científicas y Marco conceptual.

En el capítulo III: denominado Marco Metodológico se ha desarrollado el tipo y diseño de investigación, he determinado la población y muestra como objeto de estudio, se ha planteado la hipótesis con sus respectivas variables, se explican las técnicas e instrumentos de investigación que se han aplicado, el cuadro de operacionalización, procedimientos para la recolección de datos, análisis e interpretación de datos.

El capítulo IV: denominado Análisis e Interpretación de los Resultados, se realizó entrevistas con la finalidad de analizar y discutir dichos resultados para su mejor interpretación.

En el Capítulo V: denominado Propuesta de Investigación, se fundamenta la propuesta del sistema, los objetivos del sistema y el diseño y metodología para el correcto uso.

En el Capítulo VI: denominado Conclusiones y Recomendaciones se han desarrollado las mismas acorde con los objetivos planteados, correspondientes a la parte final del trabajo de investigación.

**CAPITULO I:**  
**PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

## 1.1. Situación Problemática

### A nivel Internacional

En España, la autora **Araluce, María (2001)**, en su libro nos menciona que la mayoría de los autores sitúan la aparición de la Contabilidad de Costos a comienzos del siglo XIX y relacionan su inicio con las necesidades de información que surgen en las empresas a partir de la Revolución Industrial. Por lo tanto, la disciplina de los Costos en sus orígenes estuvo estrechamente ligada al sector industrial de la Economía, en la materia hace un excesivo hincapié en los costos de las empresas industriales.

Las variaciones más significativas se han generado como consecuencia de la emergencia de nuevas realidades. Entre las que se pueden destacar:

- (1) el paso de una economía industrial a una economía de servicios,
- (2) el traspaso del “poder” del mercado, que pasa del productor al comprador, y
- (3) la globalización e interdependencia crecientes en el sistema económico y social.

Muchos de los que ahora cierran este siglo han sido activos espectadores de la transición de una economía agraria a otra de servicios, con una breve pausa – aunque muy profunda en sus consecuencias - de economía industrial. En las sociedades de economías avanzadas nadie duda en afirmar que todos estamos en los servicios.

La literatura en torno a los servicios con frecuencia ha eludido la definición de los mismos y se ha limitado a exponer su naturaleza y característica dominantes, por lo que en la actualidad no es posible contar con una definición aceptada por todos. No obstante, se puede entender por servicios los negocios en los que la oferta está dominada por intangibles y cuya utilidad radica principalmente en la resolución de las necesidades de los clientes y en los cambios que opera en ellos.

Los servicios surgen en el sistema económico porque satisfacen las necesidades de los clientes mejor que lo podrían hacerlo ellos mismo, ya sean individuos o empresas.

**Ríos, M. (2014)**, Las empresas se enfrentan a escenarios cada vez más inestables y competitivos, requiriendo información oportuna para tomar decisiones sobre el desempeño presente y futuro en temas como la diversificación de productos o expansión a otros mercados geográficos, que les permite ser competitivos. Una herramienta que proporciona información para la toma de decisiones son los sistemas de costes.

Por ello la administración debe elegir el sistema que se adapte a las características particulares de la empresa, el cual debe proporcionar información necesaria para planear presupuestos, control de costes de los productos, fijación de precios, apoyar en la creación de estrategias, programación de la producción, y análisis de rentabilidad entre otros.

Según **Sandra Canale (2004)**, en las últimas décadas se ha dado un crecimiento sostenido del sector de servicios en nuestra economía, de manera tal que una importante porción de la fuerza laboral esta empleada en la denominada “industria de servicios”. En forma paralela, ha quedado

en evidencia la escasa importancia que se le asigna en la bibliografía sobre costos a las organizaciones del sector terciario de la economía.

**Hau, W. (2013)**, El costo de servicio, es un concepto que contribuye a la búsqueda de la rentabilidad en las empresas. Su principio se basa en que al proveer un bien o servicio a un cliente, se consumen recursos de la empresa, esto puede variar de un cliente a otro, por lo tanto, no todos ellos proporcionan la misma rentabilidad a una empresa. El reto, por consiguiente, se encuentra en identificar los costos incurridos al momento de proporcionar un servicio a cada uno de los clientes.

**Charles Horngren (2012)**: “Una empresa de servicios es aquella que a través de diferentes procesos que implican una serie de actividades es capaz de ofrecer o prestar un servicio específico o bien servicios integrados.” Actualmente nos encontramos en una economía globalizada donde las empresas crecen rápidamente y sus costos son más altos y complejos de determinar, especialmente en este sector. Establecer los costos del servicio es uno de los principales desafíos para muchas organizaciones que realizan esta actividad.

El reconocimiento de los costos derivados de la prestación de servicios de actividades ordinarias requiere cierta técnica y procedimiento, para lo cual se debe tomar en cuenta todos los desembolsos como: personal, insumos y otros recursos utilizados para brindar dicho servicio, que se caracteriza por ser intangible y de consumo inmediato.

Todas las empresas tienen que ver con ingresos y costos. Ya sea que sus productos sean automóviles, comida rápida o las modas de diseñador

más actuales, los gerentes debe entender la manera en que se comportan los ingresos y los costos, o correrán el riesgo de perder el control; asimismo, usan la información de la contabilidad de costos para tomar decisiones relacionadas con la formulación de estrategias, la investigación y el desarrollo, la elaboración de presupuestos, la planeación de la producción y la fijación de precios, entre otras. Algunas veces, tales decisiones implican la búsqueda de un equilibrio entre ventajas y desventajas.

Una mala estructura de fijación de precios que se realiza de manera incorrecta deja a las empresas mexicanas, un arduo trabajo al momento de prestar servicios a los clientes y afectando en la rentabilidad. Entonces cometen muchos errores cuando desean determinar cuánto cobrar por sus productos y/o servicios. Siendo lo más comunes fijar basado en los precios de la competencia sin saber los costos que usan los competidores para calcular sus precios, cayendo en el error de vender por debajo de los costos que corresponden, así como esperar demasiado para aumentar los precios, o a veces disminuyen o aumentan los precios, sin realizar los cambios respectivos a los productos o servicios que ofrecen y en los casos más caóticos, determinan los precios al azar (**American Express Company, 2016**).

### **A nivel Nacional**

**Choy, Z. (2012)**, En las últimas décadas el sector servicio ha mantenido un crecimiento sostenido en la economía de nuestro país, de manera que un porcentaje significativo de la mano de obra se encuentra empleada en estas organizaciones que presentan características particulares.



Sin embargo, cuando nos referimos al tema de costos, esta se encuentra estrechamente vinculada al sector industrial y permite desarrollar abundante información, mientras que por el sector servicios es escasa la información.

Los modelos de costos de servicio que pueden ser utilizados en las empresas no difieren de las que utilizan las empresas industriales o comerciales, sin embargo, cualquiera de los modelos planteados, ya sea en su forma pura o combinada pueden ser aplicados en las mismas condiciones.

El reconocimiento de los costos derivados de la prestación de servicios de actividades ordinarias requiere cierta técnica y procedimiento, para lo cual se debe tomar en cuenta todos los desembolsos como: personal, insumos y otros recursos utilizados para brindar dicho servicio, que se caracteriza por ser intangible y de consumo inmediato. La existencia de un consumo inmediato en las empresas de servicios, por lo general, implica que el cliente participe en el proceso de transformación, generándose de esta forma un elevado uso de manos de obra directa por parte de la empresa prestadora del servicio.

**Arévalo, Marco (2015).** En el Perú existen 66 mil restaurantes, en Lima 32 mil, en Arequipa 10 mil, en Trujillo 3mil, en Chiclayo 1mil aproximadamente y en otras ciudades cada día van creciendo los nuevos negocios gastronómicos. Es así, que aproximadamente 300 mil peruanos viven hoy en día, de la gastronomía, 60% de los cuales son cocineros, mozos o administradores de establecimientos. El 40%, realiza ocupaciones transversales como lavaplatos o cuidadores de autos. El

62% tiene solo 5to de primaria. La remuneración promedio es de 750 soles mensuales.

Cabe mencionar que la gran mayoría de empresas de este sector, no poseen un sistema de costos que les permita reducir sus pérdidas, e incrementar sus ganancias.

### **A nivel Local**

Actualmente se puede observar el crecimiento que ha tenido el sector servicios en la región Lambayeque, tales como empresas de transportes, restaurantes, la educación, etc. Muchas de estas empresas no intervienen en la implementación de un sistema de costos adecuado, lo cual les pueda permitir mejorar sus utilidades y tener mayor rentabilidad en el mercado.

Estas empresas suelen cometer el error de sacar sus precios de venta de manera empírica o de referencia acorde al nivel del mercado, esto causa que no puedan realizar los cálculos de manera correcta, y muchos de estos casos provocan que la empresa en vez de obtener utilidades en su negocio genere pérdidas, así mismo no adquieren alguna capacitación en el campo empresarial para que puedan determinar sus costos reales y de la misma manera su precio de venta.

En la Ciudad de Ferreñafe, el Bar Restaurant “CRISTAL”, ubicado en la Calle Unión #611, pertenece al sector servicios, cuya actividad económica principal es brindar platos representativos de la gastronomía de la región.

En el restaurante el control financiero se lo hace a través de apuntes de ingresos y egresos; cabe indicar que la información contable recibida no permite identificar los costos que se incurren en el servicio dado. Por ello, de la problemática presentada, nace de la necesidad de llevar un control interno adecuado de sus actividades y el uso de los elementos que conforman el costo del servicio.

El restaurant no cuenta con una contabilidad externa ni mucho menos con un sistema de costos de producción, que le permita conocer los costos y gastos incurridos en la preparación de los platos. No se lleva un control adecuado que permita conocer la utilidad que genera cada plato al valor de venta asignado empíricamente.

La presente tesis pretende realizar un análisis de los costos del restaurant y la metodología que se utilizara para poder valuar la estructura de los costos, e implementar un sistema de acuerdo a los requerimientos de la empresa y sus procesos que lleva a cabo para la obtención de su producto.

## **1.2. Formulación del Problema**

¿Un sistema de costos por órdenes de producción permitirá establecer el precio de venta de la empresa “Bar Restaurant CRISTAL”?

### **1.3. Delimitación de la Investigación**

La investigación se llevó a cabo en la microempresa Bar Restaurant CRISTAL, cuya actividad económica es la de brindar platos representativos de la gastronomía de la región; la cual se encuentra ubicada en la Calle Unión # 611, en el distrito de Ferreñafe.

El lapso para la realización de este estudio fue de agosto del 2016 a Diciembre del 2016.

### **1.4. Justificación e Importancia**

Las Mypes han venido creciendo económicamente en nuestro país y se ha expandido en gran cantidad de departamentos, con innumerables tipos de negocios en la región norte, donde se destaca los restaurantes o negocios de comida, quienes tienen mucha significancia en la contribución del desarrollo de la región, tanto como generadoras de fuente de trabajo así como productoras de varios platos representativos de Lambayeque.

El presente trabajo de investigación tiene como propósito fundamental la aplicación de un Sistema de Costos de Producción para proporcionar información básica que permita la determinación de los costos y la fijación del precio de venta para empresas que ofrezcan servicios de comida, como es el caso de los restaurantes.

De la misma manera, las bases científicas servirán para aquellos emprendedores que busquen tener su propio negocio y a quienes tienen funcionando empresas similares al a que este objeto de este estudio, como una guía para conocer a breves rasgos con la propuesta como sería un adecuado manejo y determinación de los costos.

La importancia que tiene el conocimiento de los costos de producción para determinar un precio de venta adecuado y que este sea flexible a los cambios económicos.

La presente tesis tiene relevancia social ya que de mejorar los ingresos del restaurante, esto se verá reflejada en mejoras de utilidades para la empresa, también permitirá poder ofrecerse un mejor servicio si se lleva un control de los costos de manera adecuada reflejándose en sus estados financieros así mismo facilitara el manejo y control de los recursos: humanos, materiales y de capital, por cuanto la organización se medirá por sus resultados que emitirá el sistema, el mismo que ayudara a llevar un control sobre las actividades de los trabajadores, permitiéndole así medir su eficiencia y el grado de eficacia del personal que conforma el restaurante. Con este control adecuado se lograra satisfacer exigidos por el cliente.

Tiene importancia metodológica ya que este trabajo de investigación le servirá como base a otros estudiantes que deseen realizar investigaciones referentes al tema de la contabilidad de costos en empresas de servicios. Con este trabajo investigativo se generarán conocimiento con el propósito de ponerlos en prácticas en el arte y la ciencia de la contabilidad, enfocado a una parte de ella como son los costos; constituyéndose como una fuente de consulta para las

generaciones que se insertan en el medio educativo-contable ya que menciona ideas teóricas y prácticas sobre la temática empresarial.

## **1.5. Objetivos**

### **1.5.1. Objetivo general**

Proponer el Sistema de Costos por Órdenes de Producción para determinar el precio de venta en la microempresa Bar Restaurant CRISTAL, del distrito de Ferreñafe 2016.

### **1.5.2. Objetivos específicos**

- Identificar los elementos del costo de producción que intervienen en la elaboración de los platos que ofrece la empresa “Bar Restaurant CRISTAL”.
- Analizar los costos manejados por la empresa “Bar Restaurant CRISTAL”.
- Diseñar un Sistema de Costos por Órdenes de Producción que permita llevar un control de los costos de los platos de comida del “Bar Restaurant CRISTAL”
- Determinar el precio de venta de los platos producidos por la empresa “Bar Restaurant CRISTAL”, que permitan ser comparados con otros restaurantes, que ofrecen platos similares.

**CAPITULO II:**  
**MARCO TEORICO**

## 2.1. Antecedentes de la investigación

### A nivel Internacional

**Alcívar M. Tatiana y col. (2011)**, en su tesis “Estimación del costo real del servicio de Catering Integral del Consorcio Andino S.A.” para obtener el título de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría en la Universidad Politécnica Salesiana, Sede Guayaquil – Ecuador.

Concluyó que este trabajo permitió encontrar un esquema que se acople a las necesidades contables y de control de costos para un mejor manejo de sus recursos y aprovechar su sistema. A nivel contable Conasa esta direccionando su análisis contable al costeo por cada tipo de plato que prepara, actualmente solo cuenta con el detalle global por el servicio que presta tanto en desayunos, almuerzos, meriendas y buffets.

**Alvarado, P y Calle, M. (2011)**, en su tesis “Diseño de un Sistema de Costos por Órdenes de Producción para el taller artesanal Artema”, para obtener el título profesional de Contador Público – Auditor, en la Universidad de Cuenca – Ecuador.

Llegaron a la conclusión de que el sistema propuesto es de fácil aplicación y se adapta a las necesidades del taller artesanal, debido a que este sistema cuenta con el control actual de los costos que utiliza la empresa, a más de que se pudo constatar que los precios fijados en los productos son calculados al azar por el propietario, por tal motivo no se puede calcular de manera correcta la utilidad o perdida en el taller.



## **A nivel Nacional**

**Bueno, M. (2014)**, en su tesis: “Costos indirectos y su influencia en los precios, por aplicación de la metodología de Costos Basados en Actividades en la Industria de Productos de Concreto” para optar el título de Contador Público en la Universidad Nacional de Trujillo. Trujillo.

Concluyó que los costos indirectos asignados influyen en la fijación de precios de los productos, siempre que dichos precios se fijen en base al costo total determinado, adicionándole un porcentaje o margen de utilidad.

**Beltrán R. Carlos (2014)**, en su tesis “Diseño de un Sistema de Costos para una empresa agroindustrial de colorantes naturales – Achiote” para obtener el Grado de Magister en Contabilidad con mención en Costos y Presupuestos en la Gestión Estratégica en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Con un tipo de estudio básica, aplicada, descriptiva y explicativa.

Se determinó que la implementación de un sistema de costos por órdenes de producción en las empresas tiene incidencia sobre la determinación del costo de producción; el sistema ejerce un control específico sobre los elementos de costos, las operaciones de producción, y horas maquina consumidas por el producto.

**Robles, Paola (2015)**, en su tesis “Análisis de los costos y propuesta de un sistema de costeo abc para la empresa de panadería y pastelería productos ottone sac, chimbote – 2015” para obtener el título de Contador Público en la Universidad César Vallejo. Nuevo Chimbote.

Se obtuvieron los costos unitarios de los tres productos: keke, pan y aviador, considerando los tres elementos del costo y para determinar el precio de venta de éstos se consideró los gastos administrativos y de ventas, el margen de utilidad y el impuesto; de esta manera se compararon con los precios de venta que actualmente aplican en la empresa Productos Ottone obteniendo pérdidas, ya que los precios de venta están por debajo de los que se obtuvo en el análisis, lo cual nos quiere decir que el Jefe de Producción está aplicando de manera incorrecta su análisis de costeo tradicional.

### **A nivel Local**

**Cajusol B. Yesica y col., (2014)**, en su tesis “Propuesta de un Sistema de Costos de Producción para mejorar el nivel de rentabilidad en el Restaurant “El Cholito”, Chiclayo 2013”, para optar el Título Profesional de Contador Público en la Universidad Señor de Sipán - Chiclayo. Con un tipo de estudio descriptivo – observacional y transversal.

Concluyeron que no se posee conocimientos acerca del precio de venta, ya que lo establecen empíricamente de acuerdo a los materiales sin tomar en cuenta la mano de obra ni los costos indirectos de fabricación, lo que afecta el análisis de costos real.

La propuesta de sistema de costos de producción resultó favorable, ya que muestra de manera sencilla en hojas de Excel de cálculo de costos por plato, así mismo la rentabilidad real.

**Monteza A. Merly, (2015)**, en su tesis “Implementación de un sistema de Costos por órdenes específicas para la fijación de precios en la empresa estructuras metálicas Santa Rosa & SBT SAC”, para optar el Título

Profesional de Contador Público en la Universidad Señor de Sipán – Chiclayo.

Concluyó que efectuado el estudio al método de fijación de precios, se ha comprobado que la empresa en estudio fija el precio a sus estructuras metálicas de manera empírica, debido a la poca información que obtiene de sus costos.

La implementación del sistema de costos por órdenes específicas permite mejorar la toma de decisiones con respecto a la fijación de precios, al obtener información oportuna y real de los costos incurridos en la producción en la empresa Estructuras Metálicas Santa Rosa & SBT S.A.C.

**Núñez R. Diana y col., (2014)** “Sistema de Costos para mejorar la rentabilidad del restaurant “Siempre Imperial” de Chiclayo – 2014. Para optar el título profesional de Contador Público en la Universidad Señor de Sipán – Chiclayo.

Concluyeron que los reportes emitidos por el contador mensualmente sirven como referencia al administrador para que tome las medidas respectivas. Por otro lado, no emplean ningún tipo de sistema de costos, y que de tener alguna necesidad de la contabilidad de costos, sería relativa de acuerdo a las necesidades del administrador, pero básicamente es necesario saber exactamente los costos de producción, el punto de equilibrio, así como también el margen de contribución, ya que todo esto contribuirá y ayudara a los propietarios del negocio a tomar decisiones acertadas que contribuyan al desarrollo del restaurant.

## **2.2. Bases Teóricas Científicas**

### **2.2.1. Sistemas de Costos**

Pabón, Hernán. Fundamentos de Costos (2010). Los sistemas de costeo, como herramienta de gestión empresarial, tienen a su cargo el registro, la identificación, la clasificación, la acumulación, el análisis y la interpretación de la información con el propósito de proveer informes claros y valiosos para la toma de decisiones relativas a los procedimientos de planeación y control de operaciones, evaluación de desempeño, utilización de recursos, definición e implementación de estrategias, elaboración de planes y fijación de políticas y demás aspectos involucrados en un eficiente manejo administrativo del sistema. Los sistemas de costeo deben proporcionarle a la gerencia financiera de la empresa información útil en la definición de las utilidades, en la ejecución y desarrollo de proyectos (viabilidad), en la determinación de ingresos. En fin, en toda clase de información de interés en el proceso de toma de decisiones por parte de los grupos internos y externos en desarrollo del objetivo básico.

González, C. y Serpa, H (2008). En su libro titulado, Generalidades de la Contabilidad y sistema de Costo. Nos menciona que los Sistemas de Costos son un conjunto de métodos, normas y procedimientos, que rigen la planificación, determinación y análisis de costo, así como el proceso de registro de los gastos de una o varias actividades productivas en una empresa, de forma interrelacionada con los subsistemas que garantizan el control de la

producción y/o servicios de los recursos materiales, laborales y financieros.

### **Objetivos de un Sistema de Costos**

El autor Chambergó, Isidro (2012), en su libro “SISTEMAS DE COSTOS. Diseño e implementación de servicios comerciales e industriales” nos menciona que los objetivos de un sistema de Costos son:

- Identificar los costos intervinientes en la fabricación, comercialización o prestación del servicio.
- Identificación de los costos en directos e indirectos.
- Selección de las bases de distribución de los costos indirectos.
- Cálculo del factor de distribución de los costos indirectos a los productos.
- Establecer una estructura de costos a fin de determinar el costo total y el costo unitario del objeto del costo.

### **Contabilidad de Costos**

El autor García, J (2008), nos menciona que “la contabilidad de costos es un sistema de información empleado para predeterminar, registrar, acumular, controlar, analizar, direccionar, interpretar e informar todo lo relacionado con los costos de producción, venta, administración y financiamiento”.

## **Objetivos de la Contabilidad de Costos**

- Determinar los 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.
- Contribuir a mejorar los resultados operativos y financieros de la empresa, propiciando el ingreso a procesos de mejora continua.
- Controlar los costos incurridos a través de comparaciones con costos previamente establecidos y, en consecuencia, descubrir ineficiencias.
- Proporcionar información de costos, en forma oportuna, a la dirección de la empresa para una mejor toma de decisiones.

## **Costo**

Es el valor monetario de los recursos que se entregan o prometen entregar a cambio de bienes o servicios que se adquieren. En el momento de la adquisición se incurre en el costo, lo cual puede originar beneficios presentes o futuros y, por tanto, tratarse como:

**Costo del producto o costos inventariables (costos):** Son los costos relacionados con la función de producción; es decir la materia prima directa, de mano de obra directa y de cargos indirectos. Estos costos se incorporan a los inventarios de materias primas, producción en proceso y artículos terminados.

**Costo del periodo o costos no inventariables (gastos):** Son los costos que se identifican con intervalos de tiempo no con los productos elaborados. Se relacionan con las funciones de venta y administración de la empresa. Estos costos no se incorporan a los inventarios: se llevan al estado de resultados a través del renglón

gastos de ventas, gastos de administración y gastos financieros, del periodo en el cual se incurren.

**Costos capitalizables:** Son aquellos que se capitalizan con activo fijo o cargos diferidos y después se deprecian o amortizan a medida que se usan o expiran: dan origen a cargo inventariables (costos) o del periodo (gastos).

### **Clasificación de los costos:**

Los costos pueden clasificarse de acuerdo con el enfoque se les dé; por lo tanto, existe un gran número de clasificaciones:

#### **1. La función en que se incurre:**

a) Costos de producción (costos): Son los que se generan en el proceso de transformar las materias primas en productos elaborados. Son tres elementos los que integran el costo de producción: materia prima directa, mano de obra directa y cargos indirectos.

b) Costos de venta (gastos): Son los que se incurren en el área que se encarga de comercializar los productos terminados. Por ejemplo: sueldos y prestaciones de los empleados del departamento de ventas, comisiones a vendedoras, publicidad, etc.

c) Costos de administración (gastos): Son los que se originan en el área administrativa, o sea, los relacionados con la dirección y manejo de las operaciones generales de la empresa. Por ejemplo: sueldos y prestaciones del director general, del personal de tesorería, de contabilidad, etc.

d) Costos financieros (gastos): Son los que se originan por la obtención de recursos ajeno que la empresa necesita para su desenvolvimiento.

## **2. Su identificación:**

a) Costos directos: Son aquellos costos que se pueden identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados o áreas específicas.

b) Costos indirectos: Son aquellos costos que no se pueden identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados o áreas específicas.

## **3. El periodo en que se llevan al estado de resultados**

a) Costos del producto o costos inventariables (costos): Son aquellos costos que están relacionados con la función de producción. Estos costos se incorporan a los inventarios de: materias primas, producción en proceso y artículos terminados y se reflejan como activo circulante dentro del balance general. Los costos del producto se llevan al estado de resultados, cuando y a medida que los productos elaborados se venden, afectando el renglón costo de los artículos vendidos.

b) Costos del periodo o costos no inventariables (gastos): Son aquellos costos que se identifican con intervalos de tiempo u no con los productos elaborados. Se relacionan con las funciones de venta y administración: se llevan al estado de resultados en el periodo en el cual se incurren.

## **4. Comportamiento respecto al volumen de producción o venta de artículos terminados**

a) Costos fijos: Son aquellos costos que permanecen constantes en su magnitud dentro de un periodo determinado, independientemente de los cambios registrados en el volumen de operaciones realizadas.



b) Costos variables: Son aquellos costos cuya magnitud cambia en razón directa al volumen de las operaciones realizadas.

c) Costos semifijos, semivariables o mixtos: Son aquellos costos que tienen elementos tanto fijos como variables.

## **5. El momento en que se determinan los costos**

a) Costos históricos: Son aquellos que se determinan con posterioridad a la conclusión del periodo de costos.

b) Costos predeterminados: Son aquellos costos que se determinan con anterioridad al periodo de costos o durante el transcurso del mismo.

## **Costo de Producción**

Son los costos que se generan en el proceso de transformar las materias primas en productos terminados.

Son tres elementos esenciales que integran el costo de producción:

**1. Materia Prima:** Son los materiales que serán sometidos a operaciones de transformación o manufactura para su cambio físico y/o químico, antes de que puedan venderse como productos terminados, se divide en:

**a) Materia prima directa (MPD):** Son todos los materiales sujetos a transformación, que se pueden identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados, como por ejemplo, la madera en una industria mueblera.

**b) Materia prima indirecta (MPI):** Son todos los materiales sujetos a transformación, que no se pueden identificar o cuantificar

plenamente con los productos terminados, como por ejemplo, el barniz en la industria mueblera.

**2. Mano de Obra:** Es el esfuerzo humano que interviene en el proceso de transformación de las materias primas en productos terminados. Los sueldos salarios y prestaciones del personal de la fábrica, que paga la empresa; así como todas las obligaciones a que den lugar, son el costo de la mano de obra, este costo debe clasificarse de manera adecuada.

**a) Mano de obra directa (MOD):** Son los salarios, prestaciones y obligaciones a que den lugar, de todos los trabajadores de la fábrica, cuya actividad se puede identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados.

**b) Mano de obra indirecta (MOI):** Son los salarios, prestaciones y obligaciones a que den lugar, de todos los trabajadores de la fábrica, cuya actividad no se puede identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados.

**3. Cargos indirectos (CI):** También llamados gastos de fabricación, gastos indirectos de fábrica, gastos indirectos de producción, o costos indirectos, son el conjunto de costos fabriles que intervienen en la transformación de los productos y que no se identifican o cuantifican plenamente con la elaboración de partidas específicas de productos, procesos productivos o centros de costos terminados.

Si se conocen los elementos que conforman el costo de producción se pueden determinar otros conceptos, en la forma siguiente:

- **Costo Primo:** Es la suma de los elementos directos que intervienen en la elaboración de los artículos (materia prima directa más mano de obra directa).

- **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)
- **Costo de producción:** Es la suma de los tres elementos que lo integran (materia prima directa, mano de obra directa cargos indirectos); también podemos decir que es la suma del costo primo más los cargos indirectos.
- **Gastos de operación:** Es la suma de los gastos de venta, administración y financiamiento.
- **Costo total:** Es la suma del costo de producción más los gastos de operación.
- **Precio de venta:** En un mundo globalizado el precio de venta, en la mayoría de los casos, lo determina el mercado; por lo tanto, para que nuestros productos y servicios pueden participar y ser competitivos debemos partir del precio de venta que fija el mercado; restarle el porcentaje de utilidad deseado, para llegar a nuestro costo total objetivo. El costo total objetivo debe estar soportado por una estructura de costos, también objetivo, de cada una de las funciones de compra, producción, distribución, venta y administración. Los responsables de dichas funciones deberán conocer la participación que tienen en el costo total objetivo y buscar la manera de mejorar la parte operativo y/o financiera que les corresponda, con la finalidad de reducir sus costos, sin descuidar la calidad del producto o servicio y la imagen de la empresa.

## **Sistema de Costos de Producción**

Para el diseño del sistema de información de costos es muy importante investigar a que se dedica la empresa; realizar trabajo de campo con la finalidad de conocer las características operativas del proceso de producción y familiarizarse con cada uno de los procesos que se requieren para la elaboración de los productos terminados.

## **Clasificación de Sistema de Costos**

### **1. Según las característica de producción de la industria**

#### **a) Sistema de costos por órdenes de producción**

Se establece este sistema cuando la producción tiene un carácter interrumpido, lotificado, diversificado, que responda a órdenes e instrucciones concretas y específicas de producir uno o varios artículos o un conjunto similar de los mismos. Por consiguiente, para controlar cada partida de artículos se requiere de la emisión de una orden de producción en la que se acumulen los tres elementos del costo de producción. Por su parte el costo unitario de producción se obtiene al dividir el costo de producción entre el total de unidades producidas de cada orden.

#### **b) Sistema de costos por procesos**

Se establece este sistema cuando la producción se desarrolla de forma continua e ininterrumpida, mediante una afluencia constante de materiales a los centros de costo productivos. La manufactura se realiza en grandes volúmenes de productos similares, a través de una serie de etapas de producción llamadas procesos. Los costos de producción se acumulan para un periodo específico por departamento, proceso o centro de costos. La asignación de costos

a un departamento es solo un paso intermedio, pues el objetivo último es determinar el costo unitario total de producción.

## **2. Según método de costeo**

Desde este punto de vista, los costos de producción pueden determinarse considerando todas aquellas erogaciones fabriles directas es indirectas, sin importar que tengan características fijas o variables en relación con el volumen de producción; o bien considerando solamente aquellas erogaciones de fabricación que varíen con relación a los volúmenes de producción.

### **a) Costeo absorbente**

En este método se consideran como elementos del costo de producción la materia prima directa, la mano de obra directa y los cargos indirectos, sin importar que dichos elementos tengan características fijas o variables en relación con el volumen de producción.

### **b) Costeo directo**

En este método, el costo de producción se integra con todas aquellas erogaciones de materia prima, mano de obra y cargos indirectos que tengan un comportamiento variable con relación a los cambios en los volúmenes de producción. Los costos fijos de producción se consideran costos del periodo; se llevan al estado de resultados inmediata e íntegramente en el periodo en que se incurren.

## **3. Según el momento en que se determinan los costos**

Desde este punto de vista, los costos de producción pueden determinarse con posterioridad a la conclusión del periodo de costos, durante el transcurso del mismo o con anterioridad a él.

### **a) Costos históricos**

Son aquellos que se determinan con posterioridad a la conclusión del periodo de costos. Para acumular los costos totales y determinar los costos unitarios de producción, debe esperarse la conclusión de cada periodo de costos.

### **b) Costos predeterminados**

Estos costos se determinan con anterioridad del periodo de costos o durante el transcurso del mismo. Tal situación nos permite contar con una información más oportuna y aun anticipada de los costos de producción, así como controlarlos mediante comparaciones entre costos predeterminados y costos históricos. Se clasifica en costos estimados y costos estándar.

- **Costos estimados:** Son costos predeterminados cuyo cálculo, es un tanto general y poco profundo, se basa en la experiencia que las empresas tienen de periodos anteriores, considerando también las condiciones económicas y operativas presentes y futuras. Los costos estimados nos dicen cuanto puede costar un producto o la operación de un proceso durante cierto periodo de costos.
- **Costos estándar:** Son costos predeterminados que indican lo que, según la empresa, debe costar un producto o la operación de un proceso durante un periodo de costos, sobre la base de ciertas condiciones de eficiencia, condiciones económicas y otros factores propios de la misma.

### **Separación de costos fijos y costos variables**

Para desarrollar el sistema de costeo directo es muy importante conocer el comportamiento de los costos de la empresa, por lo que será necesario el estudio, identificación y separación de los costos

de producción y operación en dos grandes grupos: costos fijos o periódicos y costos variables.

### **1. Costos fijos o costos del periodo**

**Costos fijos:** Son aquellos costos que permanecen constantes en su magnitud dentro de un periodo determinado, independientemente de los cambios registrados en el volumen de operaciones realizadas.

**Costos fijos de producción:** Son aquellos costos que permanecen constantes en su magnitud dentro de un periodo determinado, independientemente de los cambios registrados en el volumen de producción; por ejemplo, los sueldos y prestaciones de los directores de la planta fabril.

**Costos fijos de operación:** Son aquellos costos que permanecen constantes en su magnitud dentro de un periodo determinado, independientemente del volumen de ventas logrado; por ejemplo, los sueldos y prestaciones de los directores administrativos y de ventas de la empresa.

### **2. Costos variables**

Son aquellos costos cuya magnitud cambia en razón directa al volumen de las operaciones realizadas.

**Costos variables de producción:** Son aquellos costos cuya magnitud cambia en razón directa de los aumentos o disminuciones registradas en el volumen de producción; por ejemplo, la materia prima directa.

**Costos variables de operación (gastos de venta):** Son costos cuya magnitud cambia en razón directa de los aumentos o disminuciones registradas en el volumen de ventas; por ejemplo, comisiones a vendedores.

## **Hoja de Costos por Órdenes de Trabajo**

Esta hoja resume el valor de materiales directos, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación aplicados para cada orden de Pedido procesada.

Las hojas de costos se diseñan para suministrar la información requerida por la gerencia, y por tanto, varían de acuerdo a los deseos o necesidades de esta.

Por ejemplo, algunos formatos incluyen gastos de ventas y administrativos y de venta. Otros solo suministran datos sobre costos básicos de fabricación: materiales directos, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación. Unidades dañadas, unidades defectuosas, material de desecho y material de desperdicio en un sistema de costos por órdenes de pedido.

### **2.2.2. Precio de Venta**

#### **Precio**

Precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, el precio “es la suma de los valores que los consumidores eran a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio” (Philip Kotler y Gary Armstrong, 2002)

Talaya y Lara (1996) expresa como “un conjunto interrelacionado de productos-servicios que son la suma de valores añadidos en todas las etapas del proceso de distribución-consumo”.

Bonta y Farber lo definen como "la expresión de un valor". En cambio el Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., manifiesta que



el precio es el "valor de intercambio de bienes o servicios". Como se observó el precio es un valor por un bien o servicio ofrecido en el que se incluye todos los procesos o actividades para generarlo, el determinar un precio no es una tarea tan simple y mucho más como ya lo mencionamos en una restaurante que su naturaleza se inclina más hacia una empresa de servicios. Se debe analizar la situación, y conocer cuáles son los costos exactos que se incurren en cada proceso o actividad.

En la página web que lleva como título "Como se determina el precio de un producto", escrito por Henca77 (2002) hace referencia al precio como "valor monetario que le asignamos a nuestros bienes o servicios al momento de venderlos". En esta misma publicación nos menciona dos métodos para poder determinar el precio de nuestro producto o servicio, uno que se refiere al método de costos que consiste en "sumar todos los costos del producto y luego añadirle el margen de ganancia que queremos ganar, por ejemplo, el 25%". Y otro método el del promedio de mercado, que consiste en "determinar el precio de nuestro producto, basándonos en el promedio de los precios de los productos similares al nuestro que existan en el mercado".

### **Decisiones de fijación de precios y administración de costos**

La mayoría de las compañías hacen un enorme esfuerzo al analizar sus costos y sus precios. Se sabe que si el precio es demasiado alto, los clientes buscaran en otra parte; y que si es demasiado bajo, quizá la empresa ni siquiera cubriría el costo por elaborar el producto. Sin embargo, algunas compañías entienden que es posible cargar un precio bajo para estimular la demanda y satisfacer las necesidades de los consumidores y administrar inexorablemente a la vez los costos para obtener una utilidad. Horngren, Charles (2012)

## **Principales influencias en las decisiones de fijación de precios**

La forma en la cual las organizaciones fijan el precio de un producto o servicio depende, en última instancia, de la demanda y la oferta por el mismo. Tres influencias sobre la demanda y la oferta son los clientes, los competidores y los costos.

**CLIENTES:** Los clientes afectan los precios gracias a su influencia sobre la demanda por un bien, con base en factores como las características y la calidad de un producto.

**COMPETIDORES:** Ninguna empresa funciona en el vacío. Las compañías siempre tienen que enterarse acerca de las acciones de sus competidores. En un extremo, los productos alternativos o sustitutos de los competidores perjudican la demanda y obligan a una empresa a disminuir sus precios. En el otro extremo, una compañía sin un competidor tiene libertad para fijar precios más altos. Cuando hay competidores, las compañías tratan de aprender sobre las tecnologías, las capacidades de la planta y las estrategias operativas de dichos competidores, para estimar los costos de estos - una información valiosa cuando se fijan los precios. Ya que la competencia se extiende a lo largo de las fronteras internacionales, las fluctuaciones en los tipos de cambio entre las divisas de diferentes países afectan los costos y las decisiones de fijación de precios.

**COSTOS:** Los costos afectan los precios porque influyen en la oferta. Cuanto más bajo sea el costo por elaborar un producto, mayor será la cantidad de ese producto que la compañía esté dispuesta a suministrar. Por lo general, a medida que las compañías aumentan la oferta, el costo de producir una unidad adicional inicialmente disminuye aunque, en última instancia, aumente. Las empresas suministran productos en tanto que el ingreso proveniente

por la venta de unidades adicionales exceda el costo por producirlas. Los gerentes que entienden el costo de la elaboración de los productos establecen precios que vuelven atractivos los productos frente a los clientes, a la vez que maximizan la utilidad en operación.

### **Ponderación de clientes, competidores y costos**

Las encuestas indican que las compañías evalúan a los clientes, los competidores y los costos de una manera distinta cuando toman decisiones de fijación de precios. En un extremo, las firmas que operan en un mercado perfectamente competitivo venden mercancías muy similares, como trigo, arroz, acero y aluminio. Estas empresas no tienen control sobre la fijación de precios y deben aceptar el precio que determina un mercado que se encuentra formado por mucho participantes. La información de costos es únicamente útil al decidir la cantidad de producción que deberá elaborarse para maximizar la utilidad en operación.

En los mercados menos competitivos, como los de cámaras digitales, televisores y teléfonos celulares, los productos están diferenciados y los precios se ven afectados por tres factores, de tal forma que el valor que asignan los clientes un artículo y los precios que cuestan los productos de la competencia influyen en la demanda; mientras los costos por elaborar y entregar un producto influyen en la oferta.

A medida que la competencia disminuye aún más, el factor fundamental que afecta las decisiones de fijación de precios es la disposición del cliente para pagar, tomando como base el valor que este confiere al producto o servicio, y no los costos ni los componentes. En el extremo, existen monopolios. Un monopolista no enfrenta competidores y tiene mucho más libertad para establecer precios altos. Sin embargo, hay ciertos límites. Cuanto

mayor sea el precio que establece un monopolista, menor será la demanda del producto de ese monopolista a medida que los clientes busquen productos sustitutos.

### **El costeo y la fijación de precios en el corto plazo**

Las decisiones de fijación de precios a corto plazo típicamente tienen un horizonte de tiempo de menos un año e incluyen decisiones como: a) La fijación del precio de una orden especial que se surte a una sola vez sin implicaciones a largo plazo, y b) el ajuste de la mezcla de productos y del volumen de producción en un mercado competitivo.

Las decisiones de fijación de precio a largo plazo tienen un horizonte de tiempo de un año o más, e incluyen la fijación del precio de un producto en un mercado donde hay alguna libertad en cuanto a la fijación de precios.

#### **a) Costos relevantes para las decisiones de fijación de precios a corto plazo**

Para explicar esta parte de costos relevantes, lo haremos con un ejemplo:

Antes de que la empresa Astel haga una licitación sobre una oferta de Datatech, los gerentes de Astel deben estimar cuanto costara suministrar las 5,000 computadoras. Los costos relevantes en que se tienen que concentrar los gerentes de Astel incluye todos los costos directos e indirectos, a lo largo de la cadena de valor que cambiaran en forma total mediante la aceptación de una orden especial que se surtirá una sola vez de Datatech. Los gerentes de Astel describen los costos relevantes como sigue:

Materiales directos (\$460 por computadora x 5,000 computadoras)	\$2,300,000
Mano de obra directa (\$64 por computadora x 5,000 computadoras)	320,000
Costos fijos de la capacitación adicional necesaria para fabricar	250,000
Costos totales	\$2,870,000

\*No se requerirán costos adicionales por investigación y desarrollo, diseño, marketing, distribución o servicio al cliente.

El costo relevante por computadora es de \$574 ( $\$2,870,000/5,000$ ). Por lo tanto, cualquier precio de venta superior a \$574 mejorara la rentabilidad de Astel en el corto plazo. ¿Qué precio deberían ofrecer los gerentes de Astel para la orden de 5,000 computadoras?

### **b) Factores estratégicos y de otro tipo en la fijación de precios a corto plazo**

Con la base en su inteligencia de mercado, Astel considera que las ofertas de las competencias estarán entre \$596 y \$610 por computadora, de manera que Astel hace una oferta de \$595 por computadora. Si gana con esta oferta, la utilidad en operación aumentara en \$105,000 (ingresos relevantes,  $\$595 \times 5,000 = \$2,975,000$  menos costos relevantes, \$2,870,000). A la luz de la capacidad adicional y de una fuerte competencia, la estrategia de la gerencia es hacer una oferta lo más alta posible por arriba de \$574, permaneciendo al mismo tiempo a un nivel más bajo que el de las ofertas de los competidores. ¿Qué sucedería si Astel fuera el único proveedor y si Datatech pudiera menoscabar el precio de venta de Astel en los mercados actuales? El costo relevante de la decisión de licitación incluiría entonces el margen de contribución perdido sobre las ventas realizadas a los clientes existentes. ¿Qué sucedería si hubiera muchas partes dispuestas a licitar y a ganar el contrato de Datatech? En tal caso, el margen de contribución

perdido sobre las ventas realizadas a los clientes existentes sería irrelevante para la decisión, ya que el negocio actual sería menoscabado por Datatech, indistintamente de si Astel ganara el contrato o no.

En contraste con el caso de Astel, en algunas situaciones a corto plazo, una compañía puede tener una fuerte demanda por sus productos o contar con una capacidad limitada. En dichas circunstancias, una compañía aumentara estratégicamente los precios en el corto plazo hasta donde el mercado lo soporte. Observamos altos precios a corto plazo en el caso de los nuevos productos o de los nuevos modelos de productos más antiguos, como microprocesadores, circuitos para computadora, teléfonos celulares y programas de software.

### **c) Efecto del horizonte de tiempos sobre las decisiones de fijación de precios a corto plazo**

Hay dos factores clave que afectan la fijación de precios a corto plazo.

1. Muchos costos son irrelevantes en las decisiones de fijación de precios a corto plazo, es decir, tales costos no cambiarán, indistintamente de que una compañía gane o no el negocio con el cliente. Estos costos cambiarán en el largo plazo y por lo tanto serán relevantes.

2. La fijación de precios a corto plazo es oportunista. Los precios disminuyen cuando la demanda es débil y la competencia es fuerte, y aumentan cuando la demanda es fuerte y la competencia es débil. Como veremos, los precios a largo plazo necesitan establecerse de modo que se obtenga un rendimiento razonable sobre la inversión.

## **Costeo y fijación de precios a largo plazo**

La fijación de precios a largo plazo es una decisión estratégica para forjar relaciones a largo plazo con los clientes, tomando como base precios estables y predecibles. Un precio estable reduce la necesidad de una supervisión continua de los precios, mejora la planeación y forja relaciones a largo plazo entre compradores vendedores. No obstante, para cobrar un precio estable y ganar el rendimiento a largo plazo fijado como meta, una compañía debe, cobrar un precio estable y administrar los costos de suministrar sus productos a los clientes. Como veremos, los costos futuros fijos y variables.

### **a) Calculo de los costos de los productos para las decisiones de fijación de precios a largo plazo**

Regresemos al ejemplo de Astel. Sin embargo, esta vez considere la decisión de precios a largo plazo para Provalue.

Empezamos con una revisión de datos para el año que acaba de terminar, 2011. Astel no tiene inventarios inicial no final de Provalue, y fabrica y vende 150,000 unidades durante el año. Astel usa un costeo basado en las actividades (ABC) para calcular el costo de manufactura de Provalue. Astel tiene tres costos directos de manufactura: materiales directos, mano de obra directa y costos directos de operaciones mecánicas; así como tres grupos de costos indirectos comunes de manufactura: órdenes de compra y recepción de componentes, prueba e inspección de productos finales, y reprocesamiento (corrección y preparación de errores y defectos), en su sistema contable. Astel trata los costos de las operaciones mecánicas como un costo directo de Provalue, ya que en Provalue se fabrica en máquinas que tan solo manufacturan ese producto.

Astel usa un horizonte de tiempo a largo plazo para fijar el precio de Provalue. A lo largo de este horizonte, los gerentes de Astel observan lo siguiente:

- Los costos de los materiales directos varían con el número de unidades de Provalue fabricadas.
- Los costos de la mano de obra directa varían con el número de las horas de mano de obra directa usadas.
- Los costos directos de las operaciones mecánicas son costos fijos que resultan del arrendamiento de 300,000 horas-máquina de capacidad durante varios años. Estos costos no varían con el número de horas-máquina que se usan cada año. Cada unidad de Provalue requiere 2 horas-maquina. En 2011, Astel usa la totalidad de la capacidad de operaciones mecánicas para la manufactura de Provalue (2 horas-maquina por unidad x 150,000 unidades=300,000 horas-maquina).
- Los costos de órdenes de compra y recepción, de prueba e inspección, y de reprocesamiento varían con los montos de sus respectivos generadores del costo. Por ejemplo, los costos de órdenes de compra y recepción varían con el número de órdenes. En el largo plazo, los miembros del personal responsable por la colocación de las órdenes pueden ser reasignados o despedidos si se necesita colocar un menor número de órdenes, o bien, se puede aumentar el personal si es necesario procesar más órdenes.

#### **b) Enfoques alternativos para la fijación de precios a largo plazo**

Dos enfoques diferentes para las decisiones de fijación de precio largo plazo son los siguientes:

1. Basado en el mercado.



2. Basado en los costos, que también se llama costo más margen de utilidad.

El enfoque basado en el mercado para la fijación de precios inicia con la pregunta: “Dado lo que quieren nuestros clientes y la manera en que reaccionaran nuestros competidores frente a lo que hacemos, ¿Qué precio deberíamos cobrar?” Con base en este precio, los gerentes controlan los costos para obtener un rendimiento meta sobre la inversión.

El enfoque basado en los costos para la fijación de precios empieza afirmando lo siguiente: “Dado lo que nos cuesta fabricar este producto, ¿Qué precio deberíamos cargar para recuperar nuestros costos y lograr el rendimiento meta sobre la inversión?”

Las compañías que operan en mercados competitivos (por ejemplo, mercancía como acero, petróleo y gas natural) usan un enfoque basado en el mercado. Los artículos que fabrica una compañía o los servicios que brinda son muy similares a los artículos o a los servicios que producen otras empresas. Las compañías que están en esos mercados deben aceptar los precios que establece el mismo mercado.

Las compañías que operan en mercados menos competitivos ofrecen productos o servicios que difieren entre sí (por ejemplo, automóviles, computadoras, consultoría en gerencia y servicios legales), y pueden usar ya sea un enfoque basado en el mercado o un enfoque basado en los costos como un punto de partida para las decisiones de fijación de precios. Algunas organizaciones consideran primero los costos porque la información de costos es más fácil de obtener y, después, consideran a los clientes y los competidores y, posteriormente, los costos: es el enfoque basado en el mercado. Ambos enfoques consideran a los clientes y a los competidores y los costos. Tan solo difieren sus puntos de partida. La gerencia siempre debe tener en mente las fuerzas del mercado,

indistintamente del enfoque de fijación de precios que se utilice. Por ejemplo, los contratistas de edificios con frecuencia hacen ofertas tomando como base el costo más un margen de utilidad, aunque más tarde reducen sus precios durante las negociaciones para responder a otras ofertas con menores costos.

Las empresas que operan en mercados que no son competitivos favorecen los enfoques que se basan en los costos. Ello se debe a que tales compañías no necesitan responder ni reaccionar ante los precios de los competidores. El margen que agregan a los costos para determinar el precio depende del valor que le confieran los clientes al producto o servicio

## **1. Enfoque basado en el mercado**

### **Costo meta o fijación de precios meta**

La fijación de precios basada en el mercado inicia con un precio fijado como meta. Un precio meta es el precio estimado para un producto o servicio que los clientes potenciales están dispuestos a pagar. Esta estimación se basa en una comprensión del valor que perciben los clientes para un bien o servicio, así como en la manera en la cual los competidores fijaran el precio de sus productos o servicios. Esta comprensión de los clientes y los competidores se está volviendo cada vez más importante por tres razones:

1. La competencia proveniente de los productores en costos más bajos está restringiendo continuamente los precios.
2. Los productos están en el mercado durante periodos de tiempo más cortos, y dejan menos tiempo y oportunidades para recuperarse de los errores de fijación de precios, de la pérdida de una participación de mercado y de la pérdida de rentabilidad.

3. Los clientes se están volviendo más conocedores, y de manera incesante exigen productos de una calidad cada vez más alta a precios cada vez más bajos.

### **Comprensión del valor que perciben los clientes**

La organización de ventas y de marketing de una compañía, a través de un estrecho contacto e interacción con los clientes, identifica las necesidades y las percepciones de los clientes con respecto al valor del producto.

### **Realización de un análisis de los competidores**

Para apreciar la manera en que los competidores podrían reaccionar ante un precio posible, una compañía debe entender las tecnologías, los productos o servicios, los costos y las condiciones financieras de los competidores. En general, cuanto más distintivo sea su producto o servicio, más alto será el precio que cobrara una compañía. En ningún momento una compañía debería recurrir a medios ilegales o inmorales para obtener información acerca de los competidores.

### **Implementación de la fijación de precios meta o del costo meta**

Hay cinco pasos que deben seguirse en el desarrollo de los precios y costos fijados como meta.

1. Desarrollo de un producto que satisfaga las necesidades de los clientes potenciales.
2. Elección de un precio meta.
3. Derivación de un costo meta por unidad mediante la resta de la utilidad en operación meta por la unidad del precio meta. La utilidad en operación meta por unidad es la utilidad en operación que una compañía pretende ganar por unidad del producto o servicio que vende. El costo meta por unidad es el costo estimado a largo plazo por unidad de un producto o servicio, que permite que una compañía

alcance su utilidad en operación meta por unidad cuando se vende al precio meta. El costo meta por unidad es el precio meta menos la utilidad en operación meta por unidad y con frecuencia es más bajo que el costo total actual del producto. El costo meta por unidad es en realidad eso- un objetivo-, algo que la compañía debe comprometerse a lograr.

4. Realización de un análisis de costos. Este paso analiza los aspectos específicos de un producto o servicio que deben fijarse como meta en aras de una reducción en costos.

5. Realización de una ingeniería del valor para el logro de un costo meta. La ingeniería del valor es una evaluación sistemática de todos los aspectos de la cadena de valor, y su objetivo es reducir los costos y lograr un nivel de calidad que satisfaga a los clientes. La ingeniería del valor abarca los mejoramientos en el diseño del producto, los cambios en las especificaciones de los materiales y las modificaciones en los métodos del proceso.

## **2. Enfoque basado en los costos**

### **Fijación de precios al costo más un margen de utilidad**

La fórmula general para fijar un precio basado en los costos añade un componente de margen de utilidad a lavase del costo, para determinar un recio de venta prospectivo. Ya que se agrega un margen de utilidad la fijación de precios basada en los costos se denomina a menudo fijación de precios de costos más margen de utilidad, el más se refiere al componente del margen de ganancia. El componente del margen de ganancia rara vez es una cifra rígida. En lugar de ello, es flexible dependiendo del comportamiento de los clientes y los competidores. El componente del margen de ganancia lo determina en última instancia el mercado.

## **Determinación del Precio de Venta**

Para determinar el Precio de Venta de los productos o servicios que se venden a los clientes se proseguirá a efectuar la siguiente estructura.

### **Costo de Producción**

Obtenido el valor de los tres elementos del costo, según el sistema de costeo establecido, se determina el costo total de producción o prestación de servicios.

Es el valor que presentando en el Estado de Resultados muestra utilidad bruta con el porcentaje de participación tanto del costo como de la utilidad bruta. Hasta este resultado parcial los costos indican la primera parte de la operación industrial, comercial o de servicios de la actividad económica.

Para determinar el comportamiento del precio de venta respecto de la operación no es suficiente, pues como se dijo anteriormente, el resultado es parcial, aun faltó aplicar las cifras causadas por los gastos de administración, ventas y financieros.

### **Gastos de Administración**

Cajusol, Yesica y Col. (2014), en su tesis nos mencionan que: “En todo ente económico de cualquier tipo o sector, se requiere de una estructura administrativa que se encarga de la gestión de dirección general desde la Gerencia hasta los servicios, que causen gastos tanto fijos como variables y que inciden en el resultado de la empresa”. Por esta razón en el momento de la proyección o presupuesto, el valor de cada uno de los conceptos involucrados en la cuenta general de Gastos de Administración debe pertenecer racionalmente tanto a la cuenta, como al periodo en que se registra, como base para la determinación del precio de venta proyectado.

Los conceptos más comunes dentro de la cuenta de gastos de administración son:

- Gastos de personal, conformada por sueldos de gerencia, secretarias, contabilidad, auditoria, servicios generales, etc.
- Gastos legales
- Seguros
- Servicios públicos
- Mantenimiento y reparaciones
- Gastos de viaje
- Depreciaciones
- Amortizaciones
- Diversos

Estos gastos administrativos son fijos con relación al proceso operacional de la empresa, pues haya o no producción o ventas, la administración funciona y causa gastos que en el transcurso de la gestión ya están proyectados.

### **Gastos de Ventas**

También los gastos en ventas, como distribución, , almacenaje y expendio directo al consumidor, son parte del COSTO-GASTO que puede ser fijo o variable dentro del concepto y valor, así como del producto o servicio para llevarlo al destino final que es la venta al por mayor o menor al consumidor final como objetivo de todo ente empresarial. Estos gastos también se presupuestan desde el proyecto de elaboración del producto o servicio como base de determinación del precio de venta, y dentro del mismo está implícita la porción que le corresponde.

De los diferentes conceptos que conforman la cuenta Gastos en ventas, los gastos de personal y publicidad son los principales rubros que participan con mayor porcentaje, pues como incentivo en las ventas las comisiones de vendedores son el argumento para lograr el mayor volumen mensual, con estrategia de cada vendedor para obtener mayores ingresos y con esto la empresa se beneficia con la política de comisión en vez del salario fijo. Igualmente la publicidad tiene sus presupuestos asignados para cada periodo como forma de participar en la competencia del mercado de los mismos productos o servicios, siendo sus valores importantes dependiendo de variables tales como el tipo de empresa, el sector y los mismo bienes disponibles. Los conceptos más comunes en la cuenta de gastos en ventas, dependiendo de las variables anteriores son:

Gastos de personal (equipo humano del departamento de ventas como: gerentes, subgerentes, administradores de puntos de ventas, vendedores almacenistas y de servicios en ventas, entre otros):

- Impuestos
- Arrendamientos
- Servicios públicos
- Gastos legales
- Mantenimiento y reparaciones
- Depreciaciones
- Amortizaciones
- Propaganda y publicidad

### **Margen de contribución o contribución marginal**

Mera, Juan (2013) en su tesis, nos menciona que, por medio de la elaboración de un producto que acarrea un costo se pretende

obtener un resultado productivo o generar un ingreso, que no fuera posible si no nos fijáramos una cantidad de utilidad al momento de fijar el precio, un porcentaje que esté de acorde a las expectativas de ganancia de los propietarios y con la demanda presentada. Una utilidad que se encuentra dentro del margen de contribución o contribución marginal, Vázquez en su editorial lo denomina “a la diferencia entre el precio de venta neto de un producto y su costo de un producto”. Se puede decir que es la diferencia entre el precio de venta y el costo del bien o servicio vendido, generalmente se expresa en porcentaje.

Existen muchas opiniones que difieren en la estructura del margen de contribución y su porcentaje, los autores basados en principios tradicionales consideran que se debe fijar un margen de contribución alto ya que debe cubrir la utilidad y los gastos de estructura, debido a que no son considerados dentro del costo del producto. Mientras que los nuevos enfoques apuntan así un margen de contribución reducido así como competitivo ya que solo abarca la utilidad, dado que se basa en el costo del producto que lleva incluido todos los costos del producto.

Después de haber deducido los gastos del costo de Producción y de haber aplicado el Margen de Contribución se obtiene el Precio de Venta

**Costo de Producción**

**(-) Gastos Administrativos y de Ventas**

**(+) Margen de Contribución**

**= PRECIO DE VENTA**



## **Precio de Venta**

Yesica, C. y Col. (2014), lo define de la siguiente manera: Es el valor de los productos o servicios que se venden a los clientes. La determinación de este valor, es una de las decisiones estratégicas más importantes ya que, el precio, es uno de los elementos que los consumidores tienen en cuenta a la hora de comprar lo que necesitan.

El cliente estará dispuesto a pagar por los bienes y servicios, lo que considera un precio “justo”, es decir, aquel que sea equivalente al nivel de satisfacción de sus necesidades o deseos con la compra de dichos bienes o servicios.

En la determinación del precio, es necesario tomar en cuenta los objetivos de la empresa y la expectativa del cliente.

Por otro lado, la empresa espera, a través del precio, cubrir los costos y obtener ganancias.

El precio de venta es igual al costo neto total del producto más la ganancia.

## 2.3. Marco Conceptual

- 2.3.1. **Costo:** es el desembolso económico que implica la oferta de un servicio o la elaboración de un producto. Definición obtenida de:
- 2.3.2. **Costo Directo:** Son aquellos cuya incidencia monetaria en el proceso de producción puede establecerse con precisión (jornales, maquinaria e insumos).
- 2.3.3. **Costo Indirecto:** Aquellos que no pueden asignarse con precisión, por lo tanto se necesita una base de prorrateo (gastos administrativos, intereses de capital).
- 2.3.4. **Costo de Producción:** Es la suma de los costos directos más los indirectos.
- 2.3.5. **Precio:** Expresión de valor que tiene un producto o servicios, manifestado por lo general en términos monetarios, que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios que resultan de tener o usar el producto o servicio.
- 2.3.6. **Venta:** Es la acción y efecto de vender (traspasar la propiedad de algo a otra persona tras el pago de un precio convenido).
- 2.3.7. **Precio de Venta:** Dinero que debe entregar el comprador para obtener un producto.

**CAPÍTULO III:**  
**MARCO METODOLÓGICO**

### 3.1. Tipo y diseño de investigación

#### 3.1.1. Tipo de investigación

La naturaleza de la investigación fue de tipo Cuantitativa, Descriptiva y Analítica.

**Cuantitativa:** Porque se han cuantificado los costos y gastos que intervienen en la producción de los platos de comida.

**Descriptiva:** Porque se describe las actividades que realiza la empresa y los elementos del costo que intervienen en cada plato producido.

**Analítica:** Porque se analizaron los costos y gastos a través de una hoja de costos para determinar el precio de venta.

#### 3.1.2. Diseño de investigación



X = Problema

I = Identificación

A = Análisis

D= Diseño del Sistema

## **3.2. Población y muestra**

**3.2.1. Población:** Constituido por el personal del Bar Restaurant “CRISTAL” que son un total de 3 personas:

- 01 cocinera
- 01 ayudante de cocina
- 01 mesero

**3.2.2. Muestra:** Debido que la población es pequeña se considera como muestra la población consignada en el ítem anterior integrada en el ítem anterior integrada por los 3 empleados del negocio.

## **3.3. Hipótesis**

A: Aplicando un Sistema de Costos por Órdenes de Producción, se pudo establecer el precio de venta de los platos elaborados por la microempresa Bar Restaurant CRISTAL, del distrito de Ferreñafe 2016.

O: Al no aplicar un Sistema de Costos por Órdenes de Producción, los costos van a estar elaborados subjetivamente, y que de acuerdo a las características de la empresa, estos no tendrán un sustento para establecer controles y sobre todo desarrollar programas para disminuir los costos y hacer más rentable a la empresa.

### **3.4. Variables**

#### **3.4.1. Independiente**

Sistema de Costos: son un conjunto de métodos, normas y procedimientos, que rigen la planificación, determinación y análisis de costo, así como el proceso de registro de los gastos de una o varias actividades productivas en una empresa. Gonzáles, C. y Serpa, H (2008)

#### **3.4.2. Dependiente**

Precio de Venta: Es el valor de los productos o servicios que se venden a los clientes, es igual al costo neto total del producto más la ganancia. Yesica, C. y Col. (2014).

### 3.4.3. Operacionalización de las variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	TECNICA	INSTRUMENTO
Sistema de Costos	Costo de Producción	Costo Total	Entrevista	Guía de entrevista
		Costo Unitario		
		Costo Directo		
		Costo Indirecto		
	Elementos del Costo	Materia Prima		
		Mano de Obra		
Costos Indirectos de Fabricación				
Precio de Venta	Métodos de asignación	Promedio del mercado	Entrevista	Guía de entrevista
		Porcentaje de ganancia		
	Determinación del Precio de Venta	Gastos		
		Margen de Contribución (Utilidad)		

### **3.5. Métodos, técnicas e Instrumentos de recolección de datos**

#### **3.5.1. Métodos de Investigación**

El método utilizado en este trabajo de investigación fue científico, bajo un enfoque analítico porque permitió saber los costos en que se incurrieron para la elaboración de los platos, y en la fijación de un precio que permita al microempresario conocer su ganancia por plato elaborado en el Bar Restaurant CRISTAL – 2016.

#### **3.5.2. Técnicas de Investigación**

Las técnicas que se empleó en la presente tesis fueron la entrevista y el fichaje.

**Entrevista:** Permitted el contacto e interacción directa con el entrevistado a través interrogantes concretas, quien expresó libremente su opinión sobre el tema.

**Fichaje:** Permitted registrar los elementos que intervienen en la preparación de los diversos platos de comida, para su respectivo análisis.

#### **3.5.3. Instrumentos de investigación**

**Guía de entrevista:** Este instrumento permitió visualizar de una manera global un tema a través de una serie de preguntas literales que dan una respuesta específica. Esta entrevista estuvo dada por preguntas aplicadas al dueño del negocio, al recepcionista de



pedidos y a la encargada de la cocina de la empresa Bar Restaurant CRISTAL.

**Ficha técnica:** Este instrumento permitió conocer y analizar, los ingredientes y la proporción que se emplea para la elaboración de cada variedad de plato.

### **3.6. Procedimiento para la recolección de datos**

El procedimiento para la recolección de datos consistió en la elaboración de guías de entrevista con la finalidad de realizar preguntas coherentes y en base a nuestra investigación; además de la ficha técnica para la recopilación de datos.

Al aplicar las técnicas de investigación, analicé la información para luego interpretar de tal manera que permitió determinar cuáles son los procedimientos para la elaboración de los platos y cómo operan las variables objeto de estudio.

En el trabajo de campo inicialmente fui al Bar Restaurant CRISTAL para entrevistarme con el gerente, el recepcionista de los pedidos y a la cocinera con la finalidad de que brinden la información necesaria y poder realizar el trabajo sin inconvenientes. Así mismo registre en las fichas técnicas los costos que intervienen en la elaboración de los platos de comida.

De esta manera acudí a la empresa en reiteradas oportunidades para conocer los costos y gastos en que se incurren para la elaboración de los platos y diseñar el sistema de costos por órdenes de pedido.

### **3.7. Análisis e interpretación de los datos**

Para el análisis estadístico del presente trabajo de investigación no se aplicó una encuesta, por lo que no fue necesario la aplicación de un análisis e interpretación estadístico, pero si se realizó la aplicación de una guía de entrevista.

**CAPITULO IV:**  
**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS**  
**RESULTADOS**

#### 4.1. Análisis e interpretación de los resultados

##### GUIA DE ENTREVISTA APLICADO AL DUEÑO DEL NEGOCIO

**OBJETIVO:** Conocer la metodología empleada para la obtención de los costos incurridos en la producción y en la determinación del precio de venta.

**NOMBRE:** Rafael Barrenechea Effio

**FECHA:** 12-09-2016

**HORA DE INICIO:** 11:00 a.m.

**HORA DE FINALIZACIÓN:** 11:15 a.m.

**1. ¿Usted como propietario y administrador del negocio, tiene conocimientos acerca de Contabilidad?**

Desconozco profundamente el tema de Contabilidad.

**2. ¿Cuál es la razón del por qué no lleva Contabilidad?**

No llevo Contabilidad debido a que el negocio es relativamente pequeño, y ya que está suscrito al Nuevo RUS no es obligatorio, además, por ser un restaurante que lleva muchos años funcionando por costumbre no se ha llevado.

**3. ¿Cómo controla su negocio? En cuanto a:**

**a) Efectivo de Ingresos y entrega de Comprobantes de pago al cliente**

Se entrega boleta de venta al cliente y el ingreso de dinero lo apunto en un cuaderno.

**b) Control de almacén de productos y bebidas: Ingresos y Salidas**

Los insumos para la elaboración de los platos son comprados para el uso del día y en cuanto a las bebidas cada cierto tiempo se solicita a las distribuidoras, y en el caso se agoten y el cliente solicite, se compra en las bodegas cercanas.

**c) Mantenimiento de equipos de cocina. Es preventivo o cada vez que se malogra los equipos pertinentes.**

El mantenimiento de los equipos lo hago de manera preventiva dependiendo de su uso, puede ser mensual o trimestral.

- 4. ¿Lleva un control cronológico de sus ventas? A través de:**  
**a) Registro auxiliar: SI/NO**  
**b) Cuaderno de apuntes**

Si llevo un control de las ventas diarias apuntándolas en un cuaderno, pero no detallo lo consumido, sino el monto de la venta.

- 5. ¿Qué servicios brinda el restaurante?**

Los servicios que brinda el restaurante es la venta de menú, refrescos, gaseosas y cerveza.

- 6. ¿Realiza Usted un Programa de Atención Semanal?**

Si hago una programación del menú y platos típicos que se venderán durante la semana, el cual se lo hago saber a la cocinera.

- 7. ¿Qué platos son los más solicitados en el restaurante?**

Cabrito, pescado apanado, estofados, cau cau, pato alberjado y causa ferreñafana.

- 8. ¿Qué bebidas son los más solicitados en el restaurante?**

Gaseosas Inka Kola y Coca-Cola y cerveza CRISTAL.

- 9. ¿Con cuántos empleados cuenta el restaurante actualmente? Indique sus funciones.**

El restaurante cuenta actualmente con 3 empleados.

1 Cocinera: se encarga de preparar los platos.

1 Ayudante de cocina: se encarga de apoyar a la cocinera en cuanto a la elaboración de los platos y el servido de los mismos.

1 Mesera: se encarga de atender los pedidos de los clientes.

Cabe mencionar que a veces asumo el rol de mesero los días que hay una mayor concurrencia de comensales.

- 10. ¿Cómo fija los salarios de los trabajadores del negocio?**

Los fijo mensualmente, el cual se reparte así:

Cocinera: S/. 600.00

Ayudante de cocina: S/. 400.00

Mesero: S/. 320.00

**11. ¿Tiene Usted conocimientos sobre los costos y gastos que se incurren en la elaboración de los platos de comida?**

Si tengo conocimientos debido a que me encargo de la compra de los insumos a diario y realizo el pago tanto para el personal, como el de luz, agua, teléfono, cable, gas y tributos.

**12. ¿Cómo establece el precio de venta de los platos?**

El precio de los platos los fijo de acuerdo al precio del mercado (competencia).

**13. ¿Conoce usted la utilidad o ganancia de cada plato?**

Desconozco la ganancia por cada uno de los platos, pero si a manera general, debido a que de los ingresos por las ventas le resto el costo de las compras de insumos.

**14. ¿Qué hace con los desperdicios de los alimentos? Si se vende ¿Cuál es el ingreso promedio diario?**

Los desperdicios de los alimentos los vendo a diario a S/. 3.00

**15. ¿Le gustaría que se diseñe y se implemente un sistema de costos (extracontablemente), con la finalidad de determinar un precio de venta, conocer el costo de los platos elaborados, tener un control de sus utilidades y movimiento de ingresos y desembolsos en efectivo?**

Si me gustaría, para conocer de manera certera mis ganancias y proyectarme a un futuro.

## **ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA APLICADA AL DUEÑO DEL NEGOCIO**

El dueño del negocio afirma que desconoce profundamente el tema de Contabilidad, pero deja entrever que aplica temas como costos, gastos y realiza anotaciones tanto de las ventas e ingresos del día de una manera no tan formal, debido a que se acoge al régimen tributario del Nuevo Rus y no tiene la obligación de llevar libros contables ni mucho menos a realizar registros.

Por otra parte, desconoce los costos por cada variedad de platos elaborados, lo cual no le permite saber qué plato es más rentable y beneficioso para el negocio; así mismo dio a conocer que los costos de los insumos son variables debido a que se adquieren para utilizarlos en el día y los costos (gastos) fijos que mantienen la operatividad del negocio mensualmente.

Si se tuviera conocimientos de los costos por plato se pudiera aplicar una metodología para fijar el precio, a razón de las ventas diarias y no empíricamente a razón del mercado.

## **GUIA DE ENTREVISTA APLICADO A LA COCINERA**

**OBJETIVO:** Conocer la metodología empleada para la obtención de los costos incurridos en la producción y en la determinación del precio de venta.

**NOMBRE:** María Nepo Contreras

**FECHA:** 12-09-16

**HORA DE INICIO:** 11:18 a.m.

**HORA DE FINALIZACIÓN:** 11:24 a.m.

**1. ¿Cómo recibe su salario?**

- a) Semanal
- b) Quincenal
- c) Mensual
- d) Mediante un porcentaje de los platos preparados y un pago fijo.

Mi salario lo percibo mensual.

**2. ¿Para la atención de los platos que se deben de servir, recibe la orden de pedido?**

Claro unas veces de boca como otras veces apuntados.

**3. ¿Lleva un control de los pedidos?**

Si, algunas veces realizo apuntes en una hoja.

**4. ¿Elabora usted una programación del menú semanal?**

No.

**5. ¿Tiene conocimiento el propietario del restaurante de la programación del menú preparado por usted?**

No porque él se encarga de elaborarlo.

**6. ¿Hay capacidad suficiente de preparación de los platos actualmente? ¿Qué hace falta?**

Si hay la capacidad debida, los utensilios de cocina como los platos, vasos y cubiertos son los necesarios para la atención al público, en



cuanto a los insumos, se emplea todos debido a que son comprados para elaboración de los platos del día.

**7. ¿Cuántos platos en promedio prepara Usted en el día?**

Aproximadamente preparo entre 80 y 100 platos.

**8. ¿Conoce los costos de los platos que prepara?**

Si conozco de manera general.

## **ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA APLICADA A LA COCINERA**

Llevar un control de los platos preparados implica mucho en conocer los costos en que se han incurrido, es por ello que se debe dar suma importancia a llevar un mejor control diario de los platos producidos, para poder determinar con exactitud los costos totales en que se han incurrido en su preparación y así aplicar un método para fijar el precio.

## **GUIA DE ENTREVISTA APLICADO AL RECEPCIONISTA DE PEDIDOS**

**OBJETIVO:** Conocer la metodología empleada para la obtención de los costos incurridos en la producción y en la determinación del precio de venta.

**NOMBRE:** Jason Ríos Espinoza

**FECHA:** 12-09-16

**HORA DE INICIO:** 11:28 a.m.

**HORA DE FINALIZACIÓN:** 11:30 a.m.

**1. ¿Cómo recibe su salario?**

- a) Semanal
- b) Quincenal
- c) Mensual

De manera mensual

**2. ¿Cuál es su jornada de trabajo?**

Mi jornada de trabajo es de 6 días y es aproximadamente entre 6 o 7 horas diarias.

**3. ¿Se le reconocen horas extras?**

No.

**4. ¿Qué procedimiento sigue para la toma de pedido?**

Voy hacia el cliente y tomo el pedido, cuando son pocos lo aprendo de memoria y se lo comunico a la cocinera y cuando son muchos lo anoto en una hoja.

**5. ¿Lleva un control de los pedidos?**

Si por número de mesa.

## **ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA APLICADA AL RECEPCIONISTA DE PEDIDO**

Se pudo obtener como resultado que a pesar de tener el control de los pedidos por número de mesa, no se lleva un registro de los pedidos del día. Tener control de los pedidos permite evitar que se presenten complicaciones al momento de tomarlo y al entregarlo, ya que se tendría la orden registrada, lo cual determinaría el valor total de lo que el cliente ha consumido, lo que ayudaría a tener un mayor control tanto de las ventas como de los ingresos diarios.

**Tabla 1 – Ficha Técnica N° 01: Cabrito con arroz y frejoles**

**FICHA TÉCNICA N° 01**

**Tipo de Costo:** Variable

**Nombre del plato:** Cabrito con arroz y frejoles

**Cantidad:** 01

**Precio de venta:** S/. 6.00

<b>INGREDIENTES</b>	<b>U/MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>
CABRITO	GRAMOS	125
ARROZ	GRAMOS	125
FREJOLES	GRAMOS	100
CEBOLLA	GRAMOS	20
ACEITE	MILILITROS	10
CHICHA DE JORA	MILILITROS	20.8
AJO	GRAMOS	8
AJÍ CAUSA	GRAMOS	10
LOCHE	GRAMOS	10
CULANTRO	GRAMOS	40
PIMIENTA	GRAMOS	5
SAL	GRAMOS	5

**FUENTE:** Autor

**Tabla 2 – Ficha Técnica N° 02: Saltadito de res**

**FICHA TÉCNICA N° 02**

**Tipo de Costo:** Variable

**Nombre del plato:** Lomo saltado

**Cantidad:** 01

**Precio de venta:** S/. 5.00

<b>INGREDIENTES</b>	<b>U/MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>
CARNE DE RES	GRAMOS	150
ARROZ	GRAMOS	125
CEBOLLA	GRAMOS	125
ACEITE	MILILITROS	15
AJO	GRAMOS	10
AJÍ CAUSA	GRAMOS	15
PIMIENTA	GRAMOS	5
SAL	GRAMOS	8
PAPA AMARILLA	GRAMOS	150
TOMATE	GRAMOS	50
VINAGRE	MILILITROS	20
SILLAO	MILILITROS	7.5
PEREJIL	GRAMOS	7.5

**FUENTE:** Autor

**Tabla 3 – Ficha Técnica N° 03: Arroz con pato**

**FICHA TÉCNICA N° 03**

**Tipo de Costo:** Variable

**Nombre del plato:** Arroz con pato

**Cantidad:** 01

**Precio de venta:** S/. 10.00

<b>INGREDIENTES</b>	<b>U/MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>
PATO	GRAMOS	250
CERVEZA NEGRA	MILILITROS	79
CHICHA DE JORA	MILILITROS	62.5
AJO	GRAMOS	10
AJI AMARILLO	GRAMOS	25
CULANTRO	GRAMOS	3
ACEITE	MILILITROS	30
CEBOLLA	GRAMOS	20
LOCHE	GRAMOS	37.5
ARROZ	GRAMOS	250
ALBERJAS	GRAMOS	125
SAL	GRAMOS	5
PIMIENTA	GRAMOS	5

**FUENTE:** Autor

**Tabla 4 – Ficha Técnica N° 04: Pollo frito**

**FICHA TÉCNICA N° 04**

**Tipo de Costo:** Variable

**Nombre del plato:** Pollo frito

**Cantidad:** 01

**Precio de venta:** S/. 5.00

<b>INGREDIENTES</b>	<b>U/MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>
POLLO	GRAMOS	125
ARROZ	GRAMOS	125
ACEITE	MILILITROS	10
SAL	GRAMOS	5
PIMIENTA	GRAMOS	5
CEBOLLA	GRAMOS	15
TOMATE	GRAMOS	20
PEPINILLO	GRAMOS	20
LIMÓN	MILILITROS	30
AJO	GRAMOS	5
MENESTRA	GRAMOS	100

**FUENTE:** Autor



**Tabla 5 – Ficha Técnica N° 05: Pescado frito**

**FICHA TÉCNICA N° 05**

**Tipo de Costo:** Variable

**Nombre del plato:** Pescado frito

**Cantidad:** 01

**Precio de venta:** S/. 5.00

<b>INGREDIENTES</b>	<b>U/MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>
PESCADO	GRAMOS	125
ARROZ	GRAMOS	125
ACEITE	MILILITROS	10
SAL	GRAMOS	5
PIMIENTA	GRAMOS	5
CEBOLLA	GRAMOS	15
TOMATE	GRAMOS	20
PEPINILLO	GRAMOS	20
LIMÓN	MILILITROS	30
AJO	GRAMOS	5
FREJOLES	GRAMOS	100

**FUENTE:** Autor

**Tabla 6 – Ficha Técnica N° 06: Chuleta de cerdo**

**FICHA TÉCNICA N° 06**

**Tipo de Costo:** Variable

**Nombre del plato:** Chuleta de cerdo

**Cantidad:** 01

**Precio de venta:** S/. 5.00

<b>INGREDIENTES</b>	<b>U/MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>
CHULETA	GRAMOS	187
ARROZ	GRAMOS	125
ACEITE	MILILITROS	10
SAL	GRAMOS	8
PIMIENTA	GRAMOS	5
CEBOLLA	GRAMOS	15
TOMATE	GRAMOS	20
PEPINILLO	GRAMOS	20
LIMÓN	MILILITROS	30
AJO	GRAMOS	5
FREJOLES	GRAMOS	100

**FUENTE:** Autor

**Tabla 7 – Ficha Técnica N° 07: Costos fijos**

<b>FICHA TÉCNICA N° 07</b>
----------------------------

**Tipo de Costo:** Fijo

<b>DESCRIPCION</b>	<b>PERIODO</b>	<b>MONTO</b>
COCINERA	MENSUAL	600
AYUDANTE DE COCINA	MENSUAL	400
MESERO	MENSUAL	320
TRIBUTO	MENSUAL	50
LUZ	MENSUAL	300
AGUA	MENSUAL	200
CABLE	MENSUAL	40
TELEFONO	MENSUAL	55
GAS	MENSUAL	72

**FUENTE:** Autor

**ANÁLISIS DE LAS FICHAS TÉCNICAS**

Las fichas han permitido distinguir los costos en variables y fijos. Los costos variables estarán conformados por los ingredientes o insumos que se emplean en la elaboración de los diversos platos de comida que variarán en cuanto al volumen de su producción, mientras que los gastos fijos serán los que se incurren para la operatividad del negocio, independientemente de que se fabriquen o no los productos.

**CAPITULO V:**  
**PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN**

## **5.1. Fundamentación**

Con esta propuesta, se busca la implementación y el funcionamiento de un Sistema de Costos en el Bar Restaurant “CRISTAL”, que servirá como herramienta indispensable para el dueño del negocio, para controlar sus costos y determinar el precio de venta por cada variedad de plato.

Para el diseño del Sistema de Costos se aplicarán los conocimientos obtenidos en el curso de computación. El uso de este sistema se enfocará en los diversos procesos incurridos en la preparación de los platos, desde la adquisición de los insumos hasta su venta.

El material que se empleará para este sistema es un producto intangible, como son las hojas macro contenidas en MS EXCEL, que son de fácil manejo y acceso para los usuarios.

En la primera ejecución de este sistema de costos, se podrá observar el comportamiento de los costos y la eficiencia del sistema, verificando que todos los procesos para la elaboración de los platos se lleven de manera adecuada, ingresando los datos reales para poder determinar el costo unitario del plato y así poder determinar un precio de venta a criterio del dueño.

Unas de las ventajas de esta propuesta, es que el dueño del negocio no incurrirá en gastos para la adquisición de un sistema de costos, ni mucho menos gastará en la contratación de personal para su uso, ya que es un sistema práctico que podrá ser manejado por él mismo.

## **5.2. Objetivos**

Identificar y clasificar los costos que intervienen en la producción, con la finalidad de determinar y asignar correctamente los costos de la elaboración de los platos.

### 5.3. Diseño del sistema

Este sistema fue diseñado para facilitar el control y conocer los costos que intervienen en la elaboración de los platos que se ofrecen en el Bar Restaurant "CRISTAL" ubicado en el distrito de Ferreñafe.

Además, el sistema emitirá resultados que permitirán al dueño del negocio conocer los costos reales que se incurren a diario en la preparación de los diferentes platos, así como la posibilidad de tomar decisiones en cuanto a la asignación del precio, en caso así lo desee.

Este sistema es de fácil acceso y solo se necesita ingresar datos para obtener la información.

A continuación se explica y se visualiza el contenido del Sistema de Costo:

El Sistema de Costos por órdenes de pedido, se ha realizado en hojas de cálculo de MS EXCEL, utilizándose solamente un libro, cuyo nombre es "SISTEMA DE COSTOS PARA UN RESTAURANTE"

Este libro cuenta con varias secciones que permitirá conocer los costos reales que se incurren a diario en la producción de los platos, empleando el método de costeo directo o variable, donde se clasifican los costos en variables y fijos.

Al ingresar al Sistema se abrirá una hoja principal llamada "MENÚ PRINCIPAL", la cual contiene diversas secciones, visualizándose de la siguiente manera:



En esta sección se puede ingresar a las diferentes opciones, que se describirán a continuación:

“PRODUCTOS”: En esta sección se registrarán los productos que el restaurante ofrece, con solo hacer clic en el signo más “+”.

LISTA DE PRODUCTO

INSERTAR NUEVO PRODUCTO  

CÓDIGO	P007
PRODUCTO	

MENÚ PRINCIPAL

CÓDIGO	PRODUCTO
P001	CABRITO CON ARROZ Y FREJOLES
P002	LOMO SALTADO
P003	ARROZ CON PATO
P004	POLLO FRITO
P005	PESCADO FRITO
P006	CHULETA DE CERDO

“INSUMOS”: En esta sección se registrarán los insumos que se emplean en la preparación de los platos, con solo hacer clic en el signo más “+”.

LISTA DE INSUMOS

INSERTAR NUEVO INSUMO  

CÓDIGO	I029
NOMBRE	

MENÚ PRINCIPAL

CODIGO	DESCRIPCIÓN
1001	CABRITO
1002	ARROZ
1003	FREJOLES
1004	CEBOLLA
1005	ACEITE
1006	CHICHA DE JORA
1007	AJO
1008	AJÍ CAUSA

“COMPRAS DE INSUMOS”, aquí se va a proceder a ingresar los datos según los insumos que se han comprado en el día, teniendo la opciones de conversor, que permitirá obtener la unidad de medida más precisa para determinar el costo unitario del insumo.

### COMPRA DE INSUMOS

#### CONVERSOR

Kg	2.5	L	1
Gramos	2,500	ml	1,000

MENÚ PRINCIPAL

<b>FECHA</b>	26/10/2016
--------------	------------

Emplear para calcular el total del contenido, ya sea en gramos o mililitros, cuando la

CODIGO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD ("Kg", "L", "UNIDAD")	CANTIDAD ("g", "ml")	P. UNIT.	PRECIO TOTAL	COSTO UNITARIO
I001	CABRITO	3	3,000	S/. 18.00	S/. 54.00	S/. 0.018000
I002	ARROZ	14	14,000	S/. 2.70	S/. 37.80	S/. 0.002700
I003	FREJOLES	5	5,000	S/. 1.00	S/. 5.00	S/. 0.001000
I004	CEBOLLA	4	4,000	S/. 1.00	S/. 4.00	S/. 0.001000
I005	ACEITE	3	3,000	S/. 5.60	S/. 16.80	S/. 0.005600
I006	CHICHA DE JORA	1	1,300	S/. 3.00	S/. 3.00	S/. 0.002308
I007	AJO	1	1,000	S/. 2.00	S/. 2.00	S/. 0.002000
I008	AJÍ CAUSA	1	1,000	S/. 2.00	S/. 2.00	S/. 0.002000
I009	LOCHE		250	S/. 5.00	S/. 5.00	S/. 0.020000

“VENTAS”, aquí se van a ingresar las cantidades de pedidos de cada plato y su precio de venta del día.

### REGISTRO DE VENTAS

**FECHA**  
26/10/2016

MENÚ PRINCIPAL

INSERTAR NUEVA VENTA

CÓDIGO	PRODUCTO	PEDIDOS	PRECIO	TOTAL
P001	CABRITO CON ARROZ Y FREJO	24	S/. 6.00	S/. 144.00
P002	LOMO SALTADO	20	S/. 5.00	S/. 100.00
P003	ARROZ CON PATO	12	S/. 10.00	S/. 120.00
P004	POLLO FRITO	20	S/. 5.00	S/. 100.00
P005	PESCADO FRITO	16	S/. 5.00	S/. 80.00
P006	CHULETA DE CERDO	8	S/. 5.00	S/. 40.00

“COSTOS VARIABLES”, muestra los costos variables unitarios de cada variedad de platos.

### COSTOS VARIABLES

**FECHA** 26/10/2016

**PRODUCTO** CABRITO CON ARROZ Y FREJOLES

**PEDIDOS** 24

DESCRIPCIÓN	U/MEDIDA	g,ml	COSTO UNIT.	C. U. TOTAL	COSTO TOTAL
CABRITO	GRAMOS	125	S/. 0.0180	S/. 2.25	S/. 54.00
ARROZ	GRAMOS	125	S/. 0.0027	S/. 0.34	S/. 8.10
FREJOLES	GRAMOS	100	S/. 0.0010	S/. 0.10	S/. 2.40
CEBOLLA	GRAMOS	20	S/. 0.0010	S/. 0.02	S/. 0.48
ACEITE	MILILITROS	10	S/. 0.0056	S/. 0.06	S/. 1.34
CHICHA DE JORA	MILILITROS	20.8	S/. 0.0023	S/. 0.05	S/. 1.15
AJO	GRAMOS	8	S/. 0.0020	S/. 0.02	S/. 0.38
AJÍ CAUSA	GRAMOS	10	S/. 0.0020	S/. 0.02	S/. 0.48
LOCHE	GRAMOS	10	S/. 0.0200	S/. 0.20	S/. 4.80
CULANTRO	GRAMOS	40	S/. 0.0010	S/. 0.04	S/. 0.96
PIMIENTA	GRAMOS	5	S/. 0.0140	S/. 0.07	S/. 1.68
SAL	GRAMOS	10	S/. 0.0010	S/. 0.01	S/. 0.24
<b>COSTO VARIABLE UNITARIO</b>				<b>3.17</b>	<b>S/. 76.02</b>



“COSTOS FIJOS”, en esta sección se van a registrar los costos fijos que se incurren en el negocio, calculándose automáticamente el costo diario.

## COSTOS FIJOS

MENÚ PRINCIPAL

MES	DIAS
OCTUBRE	31

MANO DE OBRA				
N°	DESCRIPCIÓN	PERIODICIDAD DE PAGO	TOTAL	DIARIO
1	COCINERA	SEMANTAL	S/. 150.00	S/. 21.43
2	AYUDANTE DE COCINA	SEMANTAL	S/. 80.00	S/. 11.43
3	MESERO	SEMANTAL	S/. 100.00	S/. 14.29
<b>TOTAL</b>			<b>S/. 330.00</b>	<b>S/. 47.14</b>

COSTOS INDIRECTOS				
N°	DESCRIPCIÓN	PERIODICIDAD	TOTAL	DIARIO
4	TRIBUTO	MENSUAL	S/. 50.00	S/. 1.61
5	LUZ	MENSUAL	S/. 300.00	S/. 9.68
6	AGUA	MENSUAL	S/. 200.00	S/. 6.45
7	CABLE	MENSUAL	S/. 40.00	S/. 1.29
8	TELEFONO	MENSUAL	S/. 55.00	S/. 1.77
9	GAS	MENSUAL	S/. 72.00	S/. 2.32
<b>TOTAL</b>			<b>S/. 717.00</b>	<b>S/. 23.13</b>

<b>COSTO FIJO DIARIO</b>	<b>S/ 70.27</b>
--------------------------	-----------------

“HOJA DE COSTOS”, contiene los tres elementos del costo que intervienen en la producción de los platos, así mismo muestra el costo variable unitario por cada plato elaborado y los costos fijos unitarios, de acuerdo a la cantidad producida.

## HOJA DE COSTOS

<b>FECHA</b>	26/10/2016
--------------	------------

### MATERIA PRIMA

			PRODUCIDAS	COSTO TOTAL / DIA
P001 CABRITO CON ARROZ Y FREJOLES	S/.	3.17	24	S/ 76.02
P002 LOMO SALTADO	S/.	3.04	20	S/ 60.89
P003 ARROZ CON PATO	S/.	7.54	12	S/ 90.43
P004 POLLO FRITO	S/.	2.09	20	S/ 41.77
P005 PESCADO FRITO	S/.	3.04	16	S/ 48.62
P006 CHULETA DE CERDO	S/.	3.03	8	S/ 24.26
	<b>S/</b>	<b>21.91</b>	<b>100</b>	<b>S/ 341.99</b>

### MANO DE OBRA

COCINERA	S/ 21.43
AYUDANTE DE COCINA	S/ 11.43
MESERO	S/ 14.29
	<b>S/ 47.14</b>

### COSTOS INDIRECTOS

TRIBUTO	S/ 1.61
LUZ	S/ 9.68
AGUA	S/ 6.45
CABLE	S/ 1.29
TELEFONO	S/ 1.77
GAS	S/ 2.32
	<b>S/ 23.13</b>

<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCION</b>	<b>S/ 412.26</b>
----------------------------------	------------------

<b>CANTIDAD PRODUCIDA</b>	100
---------------------------	-----

<b>MANO DE OBRA/ DIA</b>	<b>M.O./UNIT.</b>
S/ 47.14	S/ 0.47

<b>COSTO INDIRECTO/DIA</b>	<b>C.I./UNIT.</b>
S/ 23.13	S/ 0.23

### COSTO POR PLATO PRODUCIDO

	PLATOS PRODUCIDOS	M.P. UNIT.	M.O. UNIT.	C. IND. UNIT.	COSTO UNITARIO
P001	CABRITO CON ARROZ Y FREJOLES	S/. 3.17	S/ 0.47	S/ 0.23	S/. 3.87
P002	LOMO SALTADO	S/. 3.04	S/ 0.47	S/ 0.23	S/. 3.75
P003	ARROZ CON PATO	S/. 7.54	S/ 0.47	S/ 0.23	S/. 8.24
P004	POLLO FRITO	S/. 2.09	S/ 0.47	S/ 0.23	S/. 2.79
P005	PESCADO FRITO	S/. 3.04	S/ 0.47	S/ 0.23	S/. 3.74
P006	CHULETA DE CERDO	S/. 3.03	S/ 0.47	S/ 0.23	S/. 3.74

“PRECIO DE VENTA”, en esta parte se muestra la utilidad real de cada plato y se podrá determinar el precio de venta asignando el porcentaje de ganancia que se quiere obtener por cada variedad de plato.

### PRECIO DE VENTA

MENÚ PRINCIPAL

	PLATOS PRODUCIDOS	VALOR VENTA	COSTO DE PRODUCCION	UTILIDAD REAL
P001	CABRITO CON ARROZ Y FREJOLES	S/ 6.00	S/ 3.87	S/ 2.13
P002	LOMO SALTADO	S/ 5.00	S/ 3.75	S/ 1.25
P003	ARROZ CON PATO	S/ 10.00	S/ 8.24	S/ 1.76
P004	POLLO FRITO	S/ 5.00	S/ 2.79	S/ 2.21
P005	PESCADO FRITO	S/ 5.00	S/ 3.74	S/ 1.26
P006	CHULETA DE CERDO	S/ 5.00	S/ 3.74	S/ 1.26

<b>PORCENTAJE</b>	40%
-------------------	-----

P001	CABRITO CON ARROZ Y FREJOLES
------	------------------------------

<b>COSTO UNITARIO</b>	3.87
<b>GANANCIA 40%</b>	<u>1.55</u>
	<u>5.42</u>

P002	LOMO SALTADO
------	--------------

<b>COSTO UNITARIO</b>	3.75
<b>GANANCIA 40%</b>	<u>1.50</u>

“CERRAR DÍA”, esta es la última sección del libro, que permitirá al usuario cerrar el día de las ventas, haciendo que se borren los datos que se llenaron, para ser utilizables para el día siguiente.

## CIERRE DEL DÍA

**FECHA ACTUAL**

26/10/2016

**NUEVA FECHA**

27/10/2016

CERRAR DÍA

#### 5.4. Registro de los productos

Se registrarán los platos que se van a preparar en el día:

### LISTA DE PRODUCTOS

CÓDIGO	PRODUCTO
P001	CABRITO CON ARROZ Y FREJOLES
P002	LOMO SALTADO
P003	ARROZ CON PATO
P004	POLLO FRITO
P005	PESCADO FRITO
P006	CHULETA DE CERDO

#### 5.5. Registro de insumos

### LISTA DE INSUMOS

CODIGO	DESCRIPCIÓN
I001	CABRITO
I002	ARROZ

<b>I003</b>	FREJOLES
<b>I004</b>	CEBOLLA
<b>I005</b>	ACEITE
<b>I006</b>	CHICHA DE JORA
<b>I007</b>	AJO
<b>I008</b>	AJÍ CAUSA
<b>I009</b>	LOCHE
<b>I010</b>	CULANTRO
<b>I011</b>	PIMIENTA
<b>I012</b>	SAL
<b>I013</b>	CARNE DE RES
<b>I014</b>	PAPA AMARILLA
<b>I015</b>	TOMATE
<b>I016</b>	VINAGRE
<b>I017</b>	SILLAO
<b>I018</b>	PEREJIL
<b>I019</b>	PATO
<b>I020</b>	CERVEZA NEGRA X 620 ML
<b>I021</b>	CERVEZA NEGRA X 330 ML
<b>I022</b>	ARVEJAS
<b>I023</b>	POLLO
<b>I024</b>	MENESTRA VERDE
<b>I025</b>	PEPINILLO
<b>I026</b>	LIMÓN
<b>I027</b>	PESCADO - TOLLO
<b>I028</b>	CHULETA DE CERDO

### 5.6. Registro de la compra de insumos

Se registraran la compra de insumos del día, convirtiendo las unidades de medida de “Kg” “L” en “g” y “ml”, y así mismo los contenidos de las unidades compradas con la finalidad de encontrar el COSTO UNITARIO que se calculará al dividir el PRECIO TOTAL / CANTIDAD (“g”, “ml”).

## COMPRA DE INSUMOS

<b>FECHA</b>	26/10/2016
--------------	------------

COD.	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD ("Kg","L", "UNID.")	CANTIDAD ("g","ml")	P. UNIT.	PRECIO TOTAL	COSTO UNITARIO
I001	CABRITO	3	3,000	S/. 18.00	S/.54.00	S/. 0.018000
I002	ARROZ	14	14,000	S/. 2.70	S/.37.80	S/. 0.002700
I003	FREJOLES	5	5,000	S/. 1.00	S/. 5.00	S/. 0.001000
I004	CEBOLLA	4	4,000	S/. 1.00	S/. 4.00	S/. 0.001000
I005	ACEITE	3	3,000	S/. 5.60	S/.16.80	S/. 0.005600
I006	CHICHA DE JORA	1	1,300	S/. 1.50	S/. 1.50	S/. 0.001154
I007	AJO	1	1,000	S/. 2.00	S/. 2.00	S/. 0.002000
I008	AJÍ CAUSA	1	1,000	S/. 2.00	S/. 2.00	S/. 0.002000
I009	LOCHE		750	S/. 15.00	S/. 5.00	S/. 0.020000
I010	CULANTRO	1	1,000	S/. 1.00	S/. 1.00	S/. 0.001000
I011	PIMIENTA		500	S/. 7.00	S/. 7.00	S/. 0.034000
I012	SAL	1	1,000	S/. 1.00	S/. 1.00	S/. 0.001000
I013	CARNE DE RES	3	3,000	S/. 5.00	S/. 5.00	S/. 0.015000
I014	PAPA AMARILLA	3	3,000	S/. 2.00	S/. 6.00	S/. 0.002000
I015	TOMATE	2	2,000	S/. 2.00	S/. 4.00	S/. 0.002000
I016	VINAGRE	1	1,000	S/. 3.50	S/. 3.50	S/. 0.003500
I017	SILLAO	1	150	S/. 1.80	S/. 1.80	S/. 0.012000
I018	PEREJIL		150	S/. 0.20	S/. 0.20	S/. 0.001333
I019	PATO	3	3,000	S/. 17.00	S/. 1.00	S/. 0.017000
I020	CERVEZA NEGRA X 620 ML	1	620	S/. 5.00	S/. 5.00	S/. 0.008065
I021	CERVEZA NEGRA X 330 ML	1	330	S/. 3.50	S/. 3.50	S/. 0.010606
I022	ARVEJAS	1.5	1,500	S/. 1.80	S/. 2.70	S/. 0.001800
I023	POLLO	2.5	2,500	S/. 8.00	S/.20.00	S/. 0.008000
I024	MENESTRA VERDE	2	2,000	S/. 4.00	S/. 8.00	S/. 0.004000
I025	PEPINILLO	1	1,000	S/. 1.50	S/. 1.50	S/. 0.001500
I026	LIMÓN	48	1,440	S/. 0.13	S/. 6.00	S/. 0.004167
I027	PESCADO – TOLLO	2	2,000	S/. 18.00	S/.36.00	S/. 0.018000
I028	CHULETA DE CERDO	1.5	1,500	S/. 12.00	S/.18.00	S/. 0.012000

### 5.7. Registro de ventas del día

Se registrarán las ventas del día para obtener el número de pedidos de cada plato elaborado así mismo el precio de venta asignado a cada uno.

<b>FECHA</b>
26/10/2016

# REGISTRO DE VENTAS

INSERTAR NUEVA VENTA				
CÓDIGO	PRODUCTO	PEDIDOS	PRECIO	TOTAL
P001	CABRITO CON ARROZ Y FREJOLES	24	S/. 6.00	S/. 144.00
P002	LOMO SALTADO	20	S/. 5.00	S/. 100.00
P003	ARROZ CON PATO	12	S/. 10.00	S/. 120.00
P004	POLLO FRITO	20	S/. 5.00	S/. 100.00
P005	PESCADO FRITO	16	S/. 5.00	S/. 80.00
P006	CHULETA DE CERDO	8	S/. 5.00	S/. 40.00

## 5.8. Determinación de los costos variables unitarios

Para la determinación de los costos variables unitarios por cada variedad de plato, se tomó en cuenta los datos registrados en las fichas técnicas, donde las cantidades utilizadas de materia prima se multiplicarán por el costo unitario para obtener el COSTO VARIABLE TOTAL UNITARIO del plato.

**PRODUCTO** CABRITO CON ARROZ Y FREJOLES

DESCRIPCIÓN	U/MEDIDA	g,ml	COSTO UNIT.	C. V. U. TOTAL
CABRITO	GRAMOS	125	S/. 0.0180	S/. 2.25
ARROZ	GRAMOS	125	S/. 0.0027	S/. 0.34
FREJOLES	GRAMOS	100	S/. 0.0010	S/. 0.10
CEBOLLA	GRAMOS	20	S/. 0.0010	S/. 0.02
ACEITE	MILILITROS	10	S/. 0.0056	S/. 0.06
CHICHA DE JORA	MILILITROS	20.8	S/. 0.0023	S/. 0.05
AJO	GRAMOS	8	S/. 0.0020	S/. 0.02
AJÍ CAUSA	GRAMOS	10	S/. 0.0020	S/. 0.02
LOCHE	GRAMOS	10	S/. 0.0200	S/. 0.20
CULANTRO	GRAMOS	40	S/. 0.0010	S/. 0.04
PIMIENTA	GRAMOS	5	S/. 0.0140	S/. 0.07
SAL	GRAMOS	10	S/. 0.0010	S/. 0.01
<b>COSTO VARIABLE UNITARIO</b>				<b>S/. 3.17</b>

**PRODUCTO**

LOMO SALTADO

DESCRIPCIÓN	U/MEDIDA	g,ml	COSTO UNIT.		C. U. TOTAL	
CARNE DE RES	KG	150	S/.	0.0120	S/.	1.80
ARROZ	KG	125	S/.	0.0027	S/.	0.34
CEBOLLA	KG	125	S/.	0.0010	S/.	0.13
ACEITE	MILILITROS	15	S/.	0.0056	S/.	0.08
AJO	GRAMOS	10	S/.	0.0020	S/.	0.02
AJÍ CAUSA	GRAMOS	15	S/.	0.0020	S/.	0.03
PIMIENTA	GRAMOS	5	S/.	0.0140	S/.	0.07
SAL	GRAMOS	8	S/.	0.0010	S/.	0.01
PAPA AMARILLA	KG	150	S/.	0.0020	S/.	0.30
TOMATE	KG	50	S/.	0.0020	S/.	0.10
VINAGRE	MILILITROS	20	S/.	0.0035	S/.	0.07
SILLAO	MILILITROS	7.5	S/.	0.0120	S/.	0.09
PEREJIL	GRAMOS	7.5	S/.	0.0013	S/.	0.01
<b>COSTO VARIABLE UNITARIO</b>					<b>S/.</b>	<b>3.04</b>

**PRODUCTO**

ARROZ CON PATO

DESCRIPCIÓN	U/MEDIDA	g,ml	COSTO UNIT.		C. U. TOTAL	
PATO	GRAMOS	250	S/.	0.0170	S/.	4.25
CERVEZA NEGRA X 620 ML	MILILITROS	79	S/.	0.0081	S/.	0.64
CERVEZA NEGRA X 330 ML	MILILITROS	63	S/.	0.0106	S/.	0.66
ACEITE	MILILITROS	30	S/.	0.0056	S/.	0.17
AJO	GRAMOS	10	S/.	0.0020	S/.	0.02
AJÍ CAUSA	GRAMOS	25	S/.	0.0020	S/.	0.05
PIMIENTA	GRAMOS	5	S/.	0.0140	S/.	0.07
SAL	GRAMOS	5	S/.	0.0010	S/.	0.01
ARROZ	GRAMOS	250	S/.	0.0027	S/.	0.68
CEBOLLA	GRAMOS	20	S/.	0.0010	S/.	0.02
LOCHE	GRAMOS	37.5	S/.	0.0200	S/.	0.75
CULANTRO	GRAMOS	3.0	S/.	0.0010	S/.	0.00
ARVEJAS	GRAMOS	125.0	S/.	0.0018	S/.	0.23
<b>COSTO VARIABLE UNITARIO</b>					<b>S/.</b>	<b>7.54</b>

**PRODUCTO**

POLLO FRITO

DESCRIPCIÓN	U/MEDIDA	g,ml	COSTO UNIT.	C. U. TOTAL
POLLO	GRAMOS	125	S/. 0.0080	S/. 1.00
ARROZ	GRAMOS	125	S/. 0.0027	S/. 0.34
CEBOLLA	GRAMOS	15	S/. 0.0010	S/. 0.02
ACEITE	MILILITROS	10	S/. 0.0056	S/. 0.06
AJO	GRAMOS	5	S/. 0.0020	S/. 0.01
PIMIENTA	GRAMOS	5	S/. 0.0140	S/. 0.07
SAL	GRAMOS	5	S/. 0.0010	S/. 0.01
TOMATE	GRAMOS	20	S/. 0.0020	S/. 0.04
MENESTRA VERDE	GRAMOS	100	S/. 0.0040	S/. 0.40
PEPINILLO	GRAMOS	20	S/. 0.0015	S/. 0.03
LIMÓN	MILILITROS	30	S/. 0.0042	S/. 0.13
<b>COSTO VARIABLE UNITARIO</b>				<b>S/. 2.09</b>

**PRODUCTO**

PESCADO FRITO

DESCRIPCIÓN	U/MEDIDA	g,ml	COSTO UNIT.	C. U. TOTAL
PESCADO - TOLLO	GRAMOS	125	S/. 0.0180	S/. 2.25
ARROZ	GRAMOS	125	S/. 0.0027	S/. 0.34
CEBOLLA	GRAMOS	15	S/. 0.0010	S/. 0.02
ACEITE	MILILITROS	10	S/. 0.0056	S/. 0.06
AJO	GRAMOS	5	S/. 0.0020	S/. 0.01
PIMIENTA	GRAMOS	5	S/. 0.0140	S/. 0.07
SAL	GRAMOS	5	S/. 0.0010	S/. 0.01
TOMATE	GRAMOS	20	S/. 0.0020	S/. 0.04
FREJOLES	GRAMOS	100	S/. 0.0010	S/. 0.10
PEPINILLO	GRAMOS	20	S/. 0.0015	S/. 0.03
LIMÓN	MILILITROS	30	S/. 0.0042	S/. 0.13
<b>COSTO VARIABLE UNITARIO</b>				<b>S/. 3.04</b>



<b>PRODUCTO</b>	CHULETA DE CERDO
-----------------	------------------

DESCRIPCIÓN	U/MEDIDA	g,ml	COSTO UNIT.	C. U. TOTAL
CHULETA DE CERDO	GRAMOS	187	S/. 0.0120	S/. 2.24
ARROZ	GRAMOS	125	S/. 0.0027	S/. 0.34
CEBOLLA	GRAMOS	15	S/. 0.0010	S/. 0.02
ACEITE	MILILITROS	10	S/. 0.0056	S/. 0.06
AJO	GRAMOS	5	S/. 0.0020	S/. 0.01
PIMIENTA	GRAMOS	5	S/. 0.0140	S/. 0.07
SAL	GRAMOS	5	S/. 0.0010	S/. 0.01
TOMATE	GRAMOS	20	S/. 0.0020	S/. 0.04
FREJOLES	GRAMOS	100	S/. 0.0010	S/. 0.10
PEPINILLO	GRAMOS	20	S/. 0.0015	S/. 0.03
LIMÓN	MILILITROS	30	S/. 0.0042	S/. 0.13
<b>COSTO VARIABLE UNITARIO</b>				<b>S/. 3.03</b>

### 5.9. Determinación de los costos fijos unitarios

Para obtener los costos fijos unitarios, primero se calculará los costos fijos diarios tanto de mano de obra como de costos indirectos, para luego ser divididos entre la cantidad de platos producidos en el día.

## COSTOS FIJOS

MES	DIAS
OCTUBRE	31

MANO DE OBRA				
Nº	DESCRIPCIÓN	PERIODICIDAD DE PAGO	TOTAL	DIARIO
1	COCINERA	SEMANAL	S/. 150.00	S/. 21.43
2	AYUDANTE DE COCINA	SEMANAL	S/. 80.00	S/. 11.43
3	MESERO	SEMANAL	S/. 100.00	S/. 14.29
<b>TOTAL</b>			<b>S/. 330.00</b>	<b>S/. 47.14</b>

COSTOS INDIRECTOS				
4	TRIBUTOS	MENSUAL	S/. 50.00	S/. 1.61
5	LUZ	MENSUAL	S/. 300.00	S/. 9.68
6	AGUA	MENSUAL	S/. 200.00	S/. 6.45
7	CABLE	MENSUAL	S/. 40.00	S/. 1.29
8	TELEFONO	MENSUAL	S/. 55.00	S/. 1.77
9	GAS	MENSUAL	S/. 72.00	S/. 2.32
<b>TOTAL</b>			S/. 717.00	S/. 23.13

<b>COSTO FIJO DIARIO</b>	S/ 70.27
--------------------------	----------

<b>CANTIDAD PRODUCIDA</b>	100
---------------------------	-----

MANO DE OBRA/ DIA	M.O./UNIT.
S/ 47.14	S/ 0.47

COSTO INDIRECTO/DIA	C.I./UNIT.
S/ 23.13	S/ 0.23

### 5.10. Determinación del costo unitario por plato producido

Para su cálculo se sumarán los costos unitarios de materia prima, mano de obra y costos indirectos.

### COSTO POR PLATO PRODUCIDO

	PLATOS PRODUCIDOS	M.P. UNIT.	M.O. UNIT.	C. IND. UNIT.	COSTO UNITARIO
P001	CABRITO CON ARROZ Y FREJOLES	S/. 3.17	S/ 0.47	S/ 0.23	S/. 3.87
P002	LOMO SALTADO	S/. 3.04	S/ 0.47	S/ 0.23	S/. 3.75
P003	ARROZ CON PATO	S/. 7.54	S/ 0.47	S/ 0.23	S/. 8.24
P004	POLLO FRITO	S/. 2.09	S/ 0.47	S/ 0.23	S/. 2.79
P005	PESCADO FRITO	S/. 3.04	S/ 0.47	S/ 0.23	S/. 3.74
P006	CHULETA DE CERDO	S/. 3.03	S/ 0.47	S/ 0.23	S/. 3.74

## 5.11. Determinación de los precios de venta

Para determinar el Precio de venta se empleará el Margen de Contribución, que consiste en calcular un porcentaje al costo y que se entenderá como la ganancia que se desea obtener por plato, cuya suma será el precio de venta.

### PRECIO DE VENTA

	PLATOS PRODUCIDOS	VALOR VENTA	COSTO DE PRODUCCION	UTILIDAD REAL
P001	CABRITO CON ARROZ Y FREJOLES	S/ 6.00	S/ 3.87	S/ 2.13
P002	LOMO SALTADO	S/ 5.00	S/ 3.75	S/ 1.25
P003	ARROZ CON PATO	S/ 10.00	S/ 8.24	S/ 1.76
P004	POLLO FRITO	S/ 5.00	S/ 2.79	S/ 2.21
P005	PESCADO FRITO	S/ 5.00	S/ 3.74	S/ 1.26
P006	CHULETA DE CERDO	S/ 5.00	S/ 3.74	S/ 1.26

<b>PORCENTAJE</b>	40%
-------------------	-----

P001	CABRITO CON ARROZ Y FREJOLES
------	------------------------------

<i>COSTO UNITARIO</i>		3.87
<i>GANANCIA</i>	<b>40%</b>	<u>1.55</u>
		<u>5.42</u>

P002	LOMO SALTADO
------	--------------

<i>COSTO UNITARIO</i>		3.75
<i>GANANCIA</i>	<b>40%</b>	<u>1.50</u>
		<u>5.25</u>

P003	ARROZ CON PATO
------	----------------

<i>COSTO UNITARIO</i>		8.24
<i>GANANCIA</i>	<b>40%</b>	<u>3.30</u>
		<u>11.53</u>

P004	POLLO FRITO
------	-------------

<i>COSTO UNITARIO</i>		2.79
<i>GANANCIA</i>	<b>40%</b>	<u>1.12</u>
		<u>3.91</u>

<b>P005</b>	<b>PESCADO FRITO</b>
-------------	----------------------

	<b>COSTO UNITARIO</b>	3.74
<b>GANANCIA</b>	<b>40%</b>	<b>1.50</b>
		<u>5.24</u>

<b>P006</b>	<b>CHULETA DE CERDO</b>
-------------	-------------------------

	<b>COSTO UNITARIO</b>	3.74
<b>GANANCIA</b>	<b>40%</b>	<b>1.49</b>
		<u>5.23</u>

**CAPITULO VI:**  
**CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## 6.1. Conclusiones

Se identificó los elementos que intervienen en la elaboración de los platos, clasificándolos en costos variables y costos fijos, siendo este la partida inicial para elaborar el Sistema de Costos por órdenes de pedidos.

Se analizaron los costos, teniendo en cuenta la capacidad de producción, es decir, se tomó en cuenta la cantidad de insumos que se utiliza en un día para la elaboración de cada plato, dando como resultado el costo unitario del plato.

Se diseñó un sistema de costos que esté al alcance del dueño y acorde a las necesidades del negocio, siendo fácil su uso; empleando el método de costeo directo tomando en cuenta las órdenes de pedido o cantidades pedidas de los platos en el día.

El dueño del negocio determinó que los precios de los platos que produce estarán fijados empíricamente, es decir, se tomará en cuenta el precio promedio de las competencias que ofrecen el mismo producto.

La propuesta del Sistema de Costos resultó favorable, ya que muestra de manera sencilla en las hojas de cálculo de MS EXCEL, los costos variables unitarios reales de los platos según el costo de la adquisición de los insumos y de la capacidad de ventas por platos.

## **6.2. Recomendaciones**

Se deberá tener en cuenta los dos elementos del costo para que el sistema funcione correctamente y proporcione los datos reales y exactos de los platos preparados a diario.

Realizar constantemente el análisis de la estructura de los costos y tener en cuenta la capacidad de producción del plato preparado en el día ya que será influyente en la determinación de los costos unitarios variables.

Ajustar los costos que intervienen en la elaboración de los platos con el diseño de costos propuesto para obtener mayor rendimiento del uso del sistema.

Puede considerar el costo unitario del plato para la fijación del precio, ya que en el caso de que el costo sea mayor al precio establecido, se podrá fijar uno nuevo con la finalidad de cubrirlos.

El dueño del negocio debería utilizar y aplicar de manera constante y efectiva el sistema ya que el análisis y estudio de la estructura de los costos serán de suma importancia para la toma de decisiones futuras.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Araluce Letamendía, María del Mar (2001). "Empresas de restauración alimentaria: un sistema de gestión global". España. Ediciones Díaz de Santos, S.A. 2000. Volúmen 1. 1era Edición.

Ríos, M. (2014) Método de diagnóstico para determinar el sistema de costes en una pyme. Un caso de estudio. (Universidad de Guanajuato, México) Recuperado de [http://www.observatorioiberoamericano.org/RICG/N%C2%BA\\_24/Martha\\_R%C3%ADos.pdf](http://www.observatorioiberoamericano.org/RICG/N%C2%BA_24/Martha_R%C3%ADos.pdf)

Cajusol Burgos, Yesica Anabel, Seminario Mundaca, Sisley Milena (2014). "Propuesta de un Sistema de Costos de Producción para mejorar la rentabilidad en el Restaurant "El Cholito", Chiclayo 2013", presentado a la Universidad Señor de Sipán para optar el Título Profesional de Contador Público.

Canale de Decoud, Sandra (2004). "Empresas de Servicios: Un análisis teórico". Facultad de Ciencias Económicas – Universidad Nacional del Litoral

Horngren, Charles (2012) Contabilidad de Costos, 14 ed.

American Express Company. (2016). Los seis errores más grandes en la fijación de precios. Recuperado 11 de abril de 2017, a partir de <http://mexico.smetoolkit.org/mexico/es/content/es/736/Los-seis-erroresm%C3%A1s-grandes-en-la-fijaci%C3%B3n-de-precios>

Choy, Z. (2012) El dilema de los costos en las empresas de servicios. Recuperado de C lasificación de los costos. (2013) Recuperado de: <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/viewFile/3852/3085>

Alcívar Maldonado, Tatiana Mabel y Llerena Quinde, Lady Alexandra. "Estimación del costo real del servicio de Catering Integral del Consorcio Andino S.A." para obtener el título de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría en la Universidad Politécnica Salesiana, Sede Guayaquil – Ecuador.

Alvarado Campoverde, Paola y Calle Jiménez, Mónica (2011). "Diseño de un Sistema de Costos por Órdenes de Producción para el taller artesanal Artema", para obtener el título de Contador Público y Auditor. Universidad de Cuenca – Ecuador.

Bueno Tello, Marlon (2014). "Costos indirectos y su influencia en los precios, por aplicación de la metodología de Costos Basados en Actividades en la Industria de Productos de Concreto". Universidad Nacional de Trujillo.

Beltrán Ramirez, Carlos Alfredo (2014). "Diseño de un Sistema de Costos para una empresa agroindustrial de colorantes naturales – Achiote", presentado a la



Universidad Nacional Mayor de San Marcos para obtener el Grado de Magister en Contabilidad con mención en Costos y Presupuestos en la Gestión Estratégica.

Monteza Altamirano, Merly Shohani (2015). "Implementación de un sistema de Costos por órdenes específicas para la fijación de precios en la empresa estructuras metálicas Santa Rosa & SBT SAC", presentado a la Universidad Señor de Sipán para optar el Título Profesional de Contador Público.

Núñez Rodríguez, Diana Paola, Rubio Zamora, Elmer (2014). Sistema de Costos para mejorar la rentabilidad del restaurant "Siempre Imperial" de Chiclayo – 2014, presentado a la Universidad Señor de Sipán Para optar el título profesional de Contador Público.

Pabón, Hernán (2010) Fundamentos de costos. México: Alfaomega Grupo Editor, p 30

Gonzáles García, Carlos y Serpa Cruz, Heriberto. (2008). Generalidades de la Contabilidad y sistema de Costo.

Chambergó Guillermo, Isidro (2012). SISTEMAS DE COSTOS. Diseño e implementación en las empresas de servicios, comerciales e industriales. 1era Edición. Enero 2012. Instituto Pacífico

García Colin, Juan (2008). Contabilidad de Costos. Tercera edición.

Kloter, Philip, y Armstrong, Gary (2001). Libro Fundamentos de Marketing.

Esteban Talaya, Agueda y Reinares Lara, Eva (1996). Análisis del componente de la demanda hotelera y su posible interferencia por el sistema de clasificación oficial de la oferta. Documentos de Trabajo. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Complutense de Madrid.

Henca77. (2010) Cómo se determina el precio de un producto. Recuperado de: <https://www.emprendices.co/como-se-determina-el-precio-de-un-producto/>

## **ANEXOS**

### **ANEXO 01**

#### **GUIA DE ENTREVISTA APLICADO AL DUEÑO DEL NEGOCIO**

**OBJETIVO:** Conocer la metodología empleada para la obtención de los costos incurridos en la producción y en la determinación del precio de venta.

**NOMBRE:** \_\_\_\_\_ **FECHA:** \_\_\_\_\_

**HORA DE INICIO:** \_\_\_\_\_ **HORA DE FINALIZACIÓN:** \_\_\_\_\_

1. ¿Usted como propietario y administrador del negocio, tiene conocimientos acerca de Contabilidad?
2. ¿Cuál es la razón del por qué no lleva Contabilidad?
3. ¿Cómo controla su negocio? En cuanto a:
  - a) Efectivo de Ingresos y entrega de Comprobantes de pago al cliente
  - b) Control de almacén de productos y bebidas: Ingresos y Salidas
  - c) Mantenimiento de equipos de cocina. Es preventivo o cada vez que se malogra los equipos pertinentes.
4. ¿Lleva un control cronológico de sus ventas? A través de:
  - a) Registro auxiliar: SI/NO
  - b) Cuaderno de apuntes
5. ¿Qué servicios brinda el restaurante?
6. ¿Realiza Usted un Programa de Atención Semanal?
7. ¿Qué platos son los más solicitados en el restaurante?
8. ¿Qué bebidas son los más solicitados en el restaurante?

9. **¿Con cuántos empleados cuenta el restaurante actualmente?  
Indique sus funciones.**
10. **¿Cómo fija los salarios de los trabajadores del negocio?**
11. **¿Tiene Usted conocimientos sobre los costos y gastos que se  
incurren en la elaboración de los platos de comida?**
12. **¿Cómo establece el precio de venta de los platos?**
13. **¿Conoce usted la utilidad o ganancia de cada plato?**
14. **¿Qué hace con los desperdicios de los alimentos? Si se vende  
¿Cuál es el ingreso promedio diario?**
15. **¿Le gustaría que se diseñe y se implemente un sistema de costos  
(extracontablemente), con la finalidad de determinar un precio de  
venta, conocer el costo de los platos elaborados, tener un control  
de sus utilidades y movimiento de ingresos y desembolsos en  
efectivo?**

## ANEXO 02

### GUIA DE ENTREVISTA APLICADO AL RECEPCIONISTA DE PEDIDOS

**OBJETIVO:** Conocer la metodología empleada para la obtención de los costos incurridos en la producción y en la determinación del precio de venta.

**NOMBRE:** \_\_\_\_\_ **FECHA:** \_\_\_\_\_

**HORA DE INICIO:** \_\_\_\_\_ **HORA DE FINALIZACIÓN:** \_\_\_\_\_

6. ¿Cómo recibe su salario?

- d) Semanal
- e) Quincenal
- f) Mensual

7. ¿Cuál es su jornada de trabajo?

8. ¿Se le reconocen horas extras?

9. ¿Qué procedimiento sigue para la toma de pedido?

10. ¿Lleva un control de los pedidos?

**ANEXO 03**

**GUIA DE ENTREVISTA APLICADO A LA COCINERA**

**OBJETIVO:** Conocer la metodología empleada para la obtención de los costos incurridos en la producción y en la determinación del precio de venta.

**NOMBRE:** \_\_\_\_\_ **FECHA:** \_\_\_\_\_

**HORA DE INICIO:** \_\_\_\_\_ **HORA DE FINALIZACIÓN:** \_\_\_\_\_

**9. ¿Cómo recibe su salario?**

e) Semanal

f) Quincenal

g) Mensual

h) Mediante un porcentaje de los platos preparados y un pago fijo.

**10. ¿Para la atención de los platos que se deben de servir, recibe la orden de pedido?**

**11. ¿Lleva un control de los pedidos?**

**12. ¿Elabora usted una programación del menú semanal?**

**13. ¿Tiene conocimiento el propietario del restaurante de la programación del menú preparado por usted?**

**14. ¿Hay capacidad suficiente de preparación de los platos actualmente? ¿Qué hace falta?**

**15. ¿Cuántos platos en promedio prepara Usted en el día?**

**16. ¿Conoce los costos de los platos que prepara?**

