



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y
FINANZAS

“DISEÑO DE UN SISTEMA DE COSTOS DE
PRODUCCIÓN PARA EL RESTAURANT CAMPESTRE
CHINCHAY, DISTRITO DE CALLAHUANCA
(HUAROCHIRÍ-LIMA)”

Trabajo de investigación para optar el grado académico de Bachiller
en Contabilidad y Finanzas

Presentado por:

Giovana Enriqueta Arellano Mauri de Chinchay (0000-0001-6631-
8466)

José Luis Carhuapoma Callupe (0000-0001-8248-4237)

Sabrina Kyhara Dávila Acosta (0000-0003-4804-7476)

Fiorela Teodolinda Inocente Gutiérrez (0000-0001-9777-021X)

Jimena Anais Rimac Fragidez (0000-0002-2462-1050)

Lima – Perú

2021

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ANEXO 6

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE BACHILLER POR PROFESOR DEL CURSO

Fecha: 25/11/2021

El profesor del curso evaluador del trabajo de investigación de Bachiller:

Mg. Hugo Jesús Salas Canales

En el curso de:

Seminario de Tesis I

Luego de evaluar el trabajo de investigación de Bachiller titulado:

“DISEÑO DE UN SISTEMA DE COSTOS DE PRODUCCIÓN PARA EL RESTAURANT CAMPESTRE CHINCHAY, DISTRITO DE CALLAHUANCA (HUARACHIRÍ-LIMA)”

Presentada por los estudiantes:

CÓDIGO	ALUMNO
100072288	Arellano Mauri de Chinchay, Giovana Enriqueta
100071620	Carhuapoma Callupe, José Luis
100071633	Dávila Acosta, Sabrina Kyhara
100071354	Inocente Gutiérrez, Fiorela Teodolinda
100071553	Rimac Fragidez, Jimena Anais

Para optar al grado de Bachiller en: **Contabilidad y Finanzas** en la carrera de **Contabilidad y Finanzas**, de la Facultad de Ciencias Empresariales.

Luego de haber evaluado el informe final del trabajo de investigación de Bachiller, concluye en calificar a:

CÓDIGO	ALUMNO	CALIFICACION	
100072288	Arellano Mauri de Chinchay, Giovana Enriqueta	Aprobado (18)	Desaprobado ()
100071620	Carhuapoma Callupe, José Luis	Aprobado (18)	Desaprobado ()
100071633	Dávila Acosta, Sabrina Kyhara	Aprobado (18)	Desaprobado ()
100071354	Inocente Gutiérrez, Fiorela Teodolinda	Aprobado (18)	Desaprobado ()
100071553	Rimac Fragidez, Jimena Anais	Aprobado (18)	Desaprobado ()

El profesor evaluador firma en señal de conformidad.



Mg. Hugo Jesús Salas Canales

Índice general**Índice de Figuras****Resumen Ejecutivo**

Introducción	1
CAPITULO I: DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	4
1.1. Análisis de la empresa	4
1.2. Plan estratégico de la empresa	5
1.2.1. Visión	5
1.2.2. Misión	5
1.2.3. Objetivos estratégicos	6
1.2.4. Estrategia del negocio	6
1.2.5. Fuentes generadoras de la ventaja competitiva	7
CAPITULO II: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	8
2.1. Realidad Problemática	8
2.2. Objetivos	9
2.3. Antecedentes	9
CAPITULO III: MARCO TEORICO	12
3.1. Sistema de Costos	12
3.2. Contabilidad de Costos	12
3.3. Economía y Marketing	14

3.4. Determinación del precio	15
CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA	18
4.1. Población	18
4.2. Técnicas e Instrumentos	20
4.3. Controles Patrimoniales	21
CAPÍTULO V: SISTEMA DE COSTOS	22
5.1. Implementación del Sistema de Costos	22
5.2. Hoja de Costos	28
5.3. Comparación de los costos por producto al aplicar el sistema	33
5.4. Determinación del Precio	34
5.5. Estado de Resultados	44
5.6. Asientos Contables	45
5.7. Aplicación del Sistema de Costos	47
CAPITULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	49
CAPITULO VII: REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	52

Índice de Figuras

Número		Página
1	Vista de las instalaciones de la empresa	5
2	Distribución de utensilios	21
3	Insumos del plato de patasca	22
4	Patasca	23
5	Insumos del plato de chancho al palo	23
6	Chancho al palo	24
7	Insumos del plato de pollo a la leña	24
8	Pollo a la leña	25
9	Insumos del plato de cuy chactado	25
10	Cuy chactado	26
11	Insumos del plato de pachamanca de 3 sabores	26
12	Pachamanca de 3 sabores	27
13	Costos de la producción del plato de patasca	28
14	Costos de la producción del plato chancho al palo	29
15	Costos de la producción del plato pollo a la leña (1/4)	30
16	Costos de la producción del plato pachamanca de 3 sabores	31
17	Costos de la producción del plato cuy chactado	32
18	Comparación de los costos por plato	33
19	Identificación del costo de MP para la preparación del plato de patasca	34
20	Identificación del costo de MP para la preparación del plato chancho al palo	35

21	Identificación del costo de MP para la preparación del plato Pollo a la leña (1/4)	35
22	Identificación del costo de MP para la preparación del plato cuy chactado	36
23	Identificación del costo de MP para la preparación del plato pachamanca de 3 sabores	37
24	Identificación del costo de la MOD	38
25	Identificación del costo de la MOI	38
26	Identificación de los CIF	39
27	Identificación de la asignación de los CIF	40
28	Cálculo de la tasa de asignación de la MOD por plato	41
29	Cálculo de la tasa asignación de la MOI por plato	42
30	Cálculo de la tasa de asignación de los CIF por plato	43
31	Estado de resultados	44
32	Asientos contables	45

Resumen Ejecutivo

En el presente trabajo de investigación se ha realizado un análisis sobre la aplicación actual del costeo que demanda la producción de los potajes que el Restaurante Campestre Chinchay brinda al público visitante, entre ellos; considerando la preferencia y satisfacción de los clientes, tenemos la patasca, chancho al palo, pollo a la leña, cuy chactado y pachamanca de 3 sabores. Para ello se ha recopilado información de los tipos de procesos que se vienen dando, así como también los insumos y la mano de obra que se requiere para obtener el producto final. Dicho análisis ha permitido determinar un sistema de costos que permitirá al Restaurante Chinchay conocer el valor real de cada plato. Es así que podemos indicar que la ejecución del sistema de costos es conveniente para el plato chancho al palo, puesto que de acuerdo al costo de producción que resulta del sistema de costos es menor a los costos calculados por el restaurante. Además, es importante señalar que el presente trabajo establece como objetivo principal el diseño e implementación de un sistema de costos de producción para el manejo financiero del Restaurante Campestre Chinchay, ubicado en el distrito de Callahuanca (Huarochirí – Lima) y como objetivos específicos; primero determinar un sistema de costos de producción para los platos ofrecidos al público; segundo evaluar la proporción y tipo de insumos que se requieren para la producción de cada plato; tercero establecer la mano de obra que se requiere para la producción de cada plato y finalmente calcular la rentabilidad por cada plato. Debido a ello, se resalta la importancia de aplicar los resultados obtenidos en la investigación.

Introducción

El presente trabajo de investigación ha determinado que la implementación del sistema de costos permitirá al Restaurante Campestre Chinchay conocer el costo real de producción de cada plato que elabora, lo cual para este caso, es conveniente aplicar al plato chanco al palo, puesto que de acuerdo al costo de producción que resulta del sistema de costos, resulta menor a los costos calculados por el restaurante, todo esto se ha logrado determinar a través del análisis de diversos enfoques, divididos por capítulos:

Mediante el capítulo I se presenta a la empresa, describiendo los detalles del nacimiento del proyecto, los servicios que se brindan y los platos que se ofrecen. Asimismo, se ha definido la misión de la empresa, determinando el futuro plasmado en la visión, que se ha de alcanzar con la aplicación de la estrategia de diferenciación, basado en el valor agregado que representa el ambiente donde se ubica y el aprovechamiento total de los beneficios que nos ofrece la naturaleza, logrando un servicio eficiente y de calidad con la utilización de las fuentes generadoras de la ventaja competitiva, entre ellas la tecnología.

Mientras que en el capítulo II se ha analizado la importancia de identificar si los procesos aplicados actualmente, para la producción de los platos ofrecidos al público, son provechosos para la empresa o por el contrario vienen causando pérdidas, determinando para este caso, la importancia del desarrollo de una estructura de costos a detalle que permita a la empresa aclarar dudas y adoptar medidas de acuerdo a los resultados obtenidos. Ante ello, se han establecido objetivos tanto general como específicos que guiará a la empresa a obtener éxito en el mercado, en un futuro a corto

plazo (un año). Para ello, se ha estudiado y tomado como referencia la experiencia de otras investigaciones realizadas tanto a nivel nacional como internacional, rescatando la idea principal que aporte al sustento de la presente investigación.

De igual forma en el capítulo III, se ha extraído de diversos libros de ayuda, tesis y otros, conceptos importantes con respecto al sistema de costos, contabilidad de costos, economía y marketing, precio (determinación, importancia, tipo y análisis de precio), lo cual ha permitido enriquecer el marco teórico de la investigación.

En el capítulo IV se ha descrito la metodología aplicada para desarrollar el sistema de costos en la muestra, la misma que consta de cinco platos de un total de diecisiete que presenta como población el Restaurante Campestre Chinchay. Asimismo, se ha tomado como referencia la información contable y financiera de la empresa al año 2019. De igual forma se ha identificado las herramientas de recolección de información que nos van a permitir conocer, recabar, cuantificar y comparar información que aportará datos importantes para la presente investigación, y finalmente se han identificado los activos con los que cuenta la empresa para la producción de los platos ofrecidos.

En el capítulo V se explica el desarrollo del sistema de costo, que resultó del análisis de los capítulos anteriores, para ello ha sido necesario identificar los insumos, mano de obra y costos indirectos de fabricación de los platos escogidos como muestra. Asimismo, se ha diseñado un formato de hojas de costo donde se ha registrado las cantidades y precios de insumos a utilizar por cada plato, esto ha permitido determinar el costo real para su producción. Finalmente, para conocer si el sistema de costos elaborado es aplicable a los platos muestrales, se ha realizado la comparación con el

costeo que viene utilizando la empresa en la actualidad. Lo anteriormente mencionado ha permitido concluir, finalmente, que el sistema de costos es aplicable solo para el plato de chancho al palo.

En el capítulo VI se han formulado conclusiones y recomendaciones para que puedan ser consideradas por la empresa objeto de estudio en su toma de decisiones. Y finalmente, en el capítulo VII se ha presentado la lista de referencias bibliográficas de las fuentes de información que se han utilizado para el análisis y desarrollo de esta investigación.

CAPITULO I: DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

1.1. Análisis de la empresa

“Restaurante Campestre Chinchay”, se identifica comercialmente con el RUC N° 10161780982, registrado en la SUNAT en el régimen MYPE tributario, como persona natural con negocio, cuya actividad comercial corresponde al rubro gastronómico, inició actividades en el año 2011, cuyo representante legal es el señor Fernando Eusebio Chinchay Clemente.

El local cuenta con una extensión de 1000 metros cuadrados, con aforo de 160 personas en 20 mesas, con amplias zonas verdes y total contacto con la naturaleza, ubicado en la zona urbana del distrito y brinda los servicios de alimentación y esparcimiento, a clientes particulares y corporativos.

Entre sus principales platos, presenta en su carta como platos bandera (representativos); “Chancho al palo” y “Pollo a la leña”, y otros platos criollos costumbristas de la zona como; cuy chactado, trucha parrilla y frita, cabrito al horno, chicharrones, arroz con pato, patasca y caldo de gallina.

En cuanto a la zona de esparcimiento, se cuenta con juegos infantiles, zona de descanso para las personas mayores, juegos de entretenimiento como sapo, futbolines y amplio estacionamiento, brindando un ambiente acogedor donde nuestros clientes pueden gozar de un día familiar de descanso y disfrute con total seguridad.

Figura 1

Vista de las instalaciones de la empresa



1.2. Plan estratégico de la empresa

1.2.1. Visión

Ser reconocidos entre los mejores restaurantes a nivel local y nacional por nuestra calidad, variedad y oferta gastronómica, por nuestra atención personalizada y con amplios ambientes en contacto con la naturaleza. Ser una opción destacable y diferente.

1.2.2. Misión

Prestar servicios de alimentación, con excelente calidad en nuestros platos, de buena sazón y presentación, de total satisfacción de nuestros clientes particulares y corporativos del distrito, zonas aledañas y turistas nacionales.

1.2.3. Objetivos estratégicos

- Incrementar las ventas a 5% anual cada año, basado en la calidad de los alimentos y el servicio personalizado que se ofrece al público.
- Incrementar la carta con un plato nuevo e innovador cada año.
- Inaugurar un nuevo local en otro distrito turístico, en los próximos dos años
- Aumentar la capacidad instalada en un 10% anual, mejorando la infraestructura, sin dejar de ofrecer un ambiente en contacto con la naturaleza.

1.2.4. Estrategia del negocio

Estrategia de diferenciación: El distrito de Callahuanca, se encuentra ubicado a dos horas de la ciudad de Lima y por su ubicación geográfica se rodea de cerros que impiden que la señal de telefonía e internet sea constante y presenta deficiencias, dificultando la comunicación de los turistas a través de los medios tecnológicos.

Además, cuenta con una estrecha zona urbana, con construcciones de casas, que han sido habilitadas como locales para ofrecer el servicio de alimentación por los mismos pobladores de la zona a los diversos visitantes del distrito.

En ese sentido, el Restaurante Campestre Chinchay, por su ubicación, se presenta como el único local ubicado en la zona urbana con amplias áreas verdes y en total contacto con la naturaleza, que ofrece el servicio de alimentación sin dejar de utilizar los servicios a los cuales se puede acceder a través de los medios tecnológicos, como es el pago con tarjeta y medios digitales (Yape, Lukita y Tunki).

El Restaurante Campestre Chinchay busca diferenciarse de los demás, gracias a diversos aspectos entre ellos; una comida de calidad y un servicio personalizado, la combinación entre calidad, precio y la originalidad de sus platos, y si a ello sumamos las facilidades que se ofrecen como el pago de consumo con tarjeta de crédito, el uso gratuito de wifi, son valores agregados que se ofrecen al público. Estas características marcan la diferencia frente a los competidores.

1.2.5. Fuentes generadoras de la ventaja competitiva

Restaurante Campestre Chinchay, con la finalidad de lograr la excelencia del producto y servicio; ofrece a sus clientes la preparación de los alimentos con insumos de calidad y mano de obra profesional (Chef), que alcanza la satisfacción de los clientes, con una buena sazón y excelente presentación. Además, brinda los servicios complementarios de emisión de comprobantes de pago electrónicos (Facturas y boletas), uso de todo tipo de tarjeta, acceso libre a wifi, estacionamiento gratuito y una atención personalizada por parte de los colaboradores de la entidad.

CAPITULO II: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1. Realidad Problemática

En la actualidad algunos de los restaurantes típicos cumplen con las condiciones necesarias para la elaboración de sus productos que finalmente ofrecen a sus clientes. Sin embargo, la falta de controles dentro de un restaurante, el no contar con un adecuado análisis y evaluación sobre los costos reales que se requiere para elaborar un plato, dan como resultado un alto precio o un precio que no va acorde con el tipo de productos que se utilizan para la preparación de los mismos.

Restaurante Campestre Chinchay, es una empresa que se crea por iniciativa del propietario que posee conocimiento profesional en el ámbito de la cocina y cuenta con habilidades en administración y liderazgo. Sin embargo, carece de un sistema de costos para la producción de los diversos platos que se ofrecen a los clientes, los cuales se calculan con base en la experiencia del propietario. Resultando necesario diseñar una estructura de costos a detalle, que permita conocer las incidencias positivas y negativas para la adecuada toma de decisiones. Dicho análisis debe ser estructurado por profesionales expertos, donde consideren los insumos de calidad que identificarán a la empresa, la mano de obra, personal de cocina, de barra y de comedor y los servicios básicos para el proceso de producción de alimentos y la atención al cliente.

Además, resulta necesario establecer procedimientos de compras, que integran un sistema de costos de elaboración de alimentos, una buena coordinación de compras nos asegura adquirir productos de calidad a costos menores, garantizando el progreso de la manera deseada.

Asimismo, se debe considerar indispensablemente la importancia de una buena administración de almacenaje, es decir una adecuada rotación de productos. Un almacenaje correcto, conlleva a disminuir riesgos en la pérdida de productos por vencimientos, roturas u otros daños.

2.2. Objetivos

Objetivo general

- Diseñar e implementar un sistema de costos de producción para el manejo financiero del Restaurante Campestre Chinchay, ubicado en el distrito de Callahuanca.

Objetivos específicos

- Determinar un sistema de costos de producción para los platos ofrecidos al público.
- Determinar la proporción y tipo de insumos que se requieren para la producción de cada plato
- Determinar la mano de obra que se requiere para la producción de cada plato
- Determinar la rentabilidad por cada plato.

2.3. Antecedentes

Antecedentes internacionales

En restaurantes de Guayaquil, Coronel (2016) realizó un estudio cuya muestra fue la misma población, ya que esta fue finita, aplicó la técnica de la encuesta a 30 restaurantes. Con los resultados obtenidos, el autor indicó que la contabilidad de costos es un instrumento indispensable para mejorar y aumentar la rentabilidad, este sistema también ayudaría a cumplir las metas propuestas por las empresas. Además, sostuvo que los restaurantes de pequeñas organizaciones, no manejaban la contabilidad de costos que le permitía poder identificar los costos de los alimentos, los costos fijos y

variables, presupuesto, control de gastos y al no poder manejar esta información, no les permitía poder obtener un costo unitario para lograr una rentabilidad mayor.

Villada y Gallego (2017) realizaron la investigación en los restaurantes campestres del municipio de Caicedonia Valle del Cauca, de cuya información relevante se comprendió el valor de estructurar un plan de costeo que reemplace al empírico que venían utilizando. Se realizó un procedimiento cualitativo con el fin de conocer a profundidad las características de la empresa, y explotar al máximo los valores agregados que la empresa posee. En base al estudio realizado, se logró determinar que el sistema de costeo aplicados en los productos es un elemento importante para el progreso y crecimiento de la empresa.

En Santiago de Cali, Murillo y Quinteros (2019) realizaron un estudio experimental con una muestra conformada inicialmente por un restaurant y hostel (EL PARAÍSO). Durante el análisis documental no se encontró un orden en la planilla, costos de producción; solo habían implementado una hoja de cálculo Excel para tener mayor control de la planilla, compras y gastos.

Antecedentes nacionales

Chávez (2019) realizó un proceso de costos por órdenes de pedido, donde comprobó que el margen de ganancia no era lo que indicaban el gerente y la administradora. La investigación demostró que el sistema a desarrollar era directamente proporcional a la utilidad obtenida por la organización.

Rojas (2019) realizó una investigación en el restaurante “El Horno” SAC ubicado en Jaén donde propuso implementar un sistema de costeo ABC para poder especificar los costos de producción, este estudio fue una investigación descriptiva y de diseño no experimental, la muestra tomada fue de 4 trabajadores de diversas áreas del proceso de producción. El investigador concluyó que en este restaurante se venía utilizando un sistema de costeo tradicional que carecía de efectividad al determinar el proceso de producción y su propuesta de un sistema de costeo ABC, ayudaría a asignar costos de manera proporcional.

Mendoza (2019) realizó un estudio experimental con una muestra conformada inicialmente por un restaurant (El Zarco S.R. L). y un análisis documental a los costos de (MP y MO), costos administrativos y otros costos. Los resultados identificaron la poca planeación en las compras de insumo por grandes cantidades, mejoraron al comprar en cantidades razonables y tuvieron mejores resultados en la calidad de los productos; reconocieron la rentabilidad después de que dedujeron el costo de producción.

CAPITULO III: MARCO TEORICO

3.1. Sistema de Costos

Koller (1974, como se citó en Valverde y Saldaña, 2013) menciona que el sistema de costos, está constituido por métodos, registros o informes basados en la hipótesis de la doble contabilización y otros principios técnicos contables, cuyo propósito es estimar el valor unitario real de producción y control de los procesos de fabricación realizados.

Álvarez, et al. (2005, como se citó en Hernández, 2016) manifiestan que, “en la actualidad es necesario que las empresas puedan obtener ventajas competitivas de sus sistemas de costos, de manera que sus directivos puedan obtener información de éstos y tomar decisiones estratégicas respecto a sus clientes, competidores, servicios, productos, etc.” (p. 16).

Flores (2016, como se citó en Mío, 2021) señala que toda empresa debe precisar y elaborar un sistema de costos según los requerimientos operativos, tomando en cuenta tres recursos básicos, como: especificaciones de la elaboración de un bien o servicio, forma de procesamiento del costo y tiempo que se identifica un costo.

Para Cosar (2018), los sistemas de costos son utilizados por las mismas entidades ya que estas requieren realizar funcionalidades básicas como: inventarios valorizados y el costeo de sus mercancías vendidas, para de esta forma llevar un adecuado control de cuentas en forma anual, así como deducir el costo de sus servicios y productos fabricados.

3.2. Contabilidad de Costos

Según Mera (2018) indica que la contabilidad de costos es sumamente sustancial en toda empresa, considerando que la materia prima cuando pasa por todo el proceso de transformación, podemos determinar el costo del producto final y cuánto costaría

producirlo en cantidad. Y ello favorece a la toma de decisiones, saber en qué proceso se puede reducir el costo, conocer qué procesos se puede optimizar, ello contribuye a que la empresa genere muchos más ingresos.

El autor Mera (2019) informa que la contabilidad de costos como muchas otras áreas de las Ciencias Empresariales, es una rama de la Contabilidad que permite poder conocer el precio de la MP, MO en la que existen de forma directa e indirecta y el CIF, con todos estos elementos se puede determinar el costo del producto final, de esta forma también permite conocer los gastos que involucra el proceso de producción, y su importancia en la toma de decisiones con resultados confiables, eficientes y eficaces.

También Vásquez (2018) indica que la contabilidad de costos es análisis y evaluación de algo que se puede producir y que permite poder calcular lo que ha costado realizarlo. Es una técnica, que ayuda a poder determinar, cuantificar el sacrificio que realiza la empresa para poder generar ingresos con la elaboración del producto, es decir, invertir para poder ganar. De esta forma registra, acumula, administra información financiera y no financiera, según diversos autores, que favorece a la toma de decisiones con la información clara y transparente.

Muñoz (2019) menciona que la contabilidad de costos permite suministrar información al personal administrativo de cualquier empresa que se encuentre en la producción de bienes y servicios que les permite poder controlar los precios de sus productos terminados y de esta forma poder interpretar esos datos que favorezca a la toma de decisiones para el uso e interpretación de la Alta Dirección de la empresa para seguir desarrollando sus funciones y un mejor control de sus elementos.

3.3. Economía y Marketing

Economía

Sevilla (2019) indica que la economía estudia y conduce los recursos disponibles para atender las necesidades humanas. Asimismo, estudia como las personas e instituciones públicas y privadas, deciden sobre la producción, distribución y consumo de los recursos, por ello es considerado como una ciencia social.

Samuelson y Nordhaus (2018) dicen que economía es análisis de cómo las personas aprovechan los recursos limitados para elaborar bienes, servicios y comercializarlos entre los diversos integrantes de una sociedad.

Makiw (2014) define de una forma clara y sencilla, que el estudio de administración de los recursos limitados por una sociedad, es la base para el estudio de la economía.

Según Albuquerque (2018), la Economía se encarga de estudiar, como la sociedad desarrolla acciones encaminadas a la atención de sus necesidades, así como también la fabricación y comercialización de los bienes y servicios producidos para tal fin. Estas actividades económicas se desarrollan en un entorno social, institucional, cultural, político y ambiental, es decir que el estudio de la economía de las personas debe tener en consideración los factores no económicos y ambientales, puesto que es primordial para el crecimiento económico y social en cualquier ámbito geográfico.

Marketing

Zikmund y d'Amico (2011, como se citó en López y Silva, 2019), el marketing realiza un cambio espontáneo entre el comerciante y el consumidor, integra un

desarrollo de comunicación y exige de un instrumento o método para crear valor en el producto de manera más eficiente que la competencia.

Según American Marketing Association ([AMA], 2006), el marketing consiste en saber las necesidades del consumidor, logrando el aumento de ventas, establecer la marca en el mercado, brindar valor a los clientes. Estudia la gestión comercial de la empresa con el propósito de atraer, obtener, mantener y fidelizar a los clientes finales.

Celaya (2011, como se citó en Montero, 2015) menciona que el reciente modelo de marketing en línea, exige a las empresas usar herramientas que les permita conocer las características del producto. Asimismo, quieren ser parte del desarrollo de las promociones que se lanzan en las redes sociales.

Sainz de Vicuña (2015, como se citó en Gómez, 2018) el propósito estratégico del marketing digital es el desarrollo de la organización comercial, es una de las herramientas más efectivas que ayuda a identificar los riesgos que podría afectar a la empresa en el futuro, reconocer las oportunidades que tiene el mercado, ayudando a mejorar la toma de decisiones.

3.4. Determinación del precio

3.4.1. Concepto de precio

Flores (2016, como se citó en Velasco, 1996) indica que el precio pertenece a las cuatro bases de la combinación de marketing. Además, es una estimación que se ejecuta a un producto interpretada en dinero e indica la popularidad o no, del cliente en dirección a los atributos del producto, atendiendo sus necesidades de acuerdo a su alcance.

Flores (2016, como se citó en Kotler y Armtrongs, 2001) al ser el precio un pilar importante de marketing, es fácil de creer que existan diversos conceptos. El precio es considerado como una cifra monetaria que se recoge por un bien, servicio, o adición de los valores, que los clientes proporcionan a cambio de obtener o poseer productos o servicios.

3.4.2. Importancia de Precio

Rivera (2013) indica que el precio pertenece a las 4P de Marketing, este el único componente que genera ingresos, mientras que los demás componentes que integran Marketing generan gastos, por ello su importancia.

Hernández, et al. (2016 como se citó por Bonta y Farber, 1999) manifiestan que el precio de un producto es el importe que el cliente pagará por un producto o un servicio brindado y dependerá de diversos factores que inciden en la presentación y calidad del producto. (p. 33).

3.4.3. Tipos de Precio

De acuerdo con Ruiz (2016, como se citó en Ferrel, 2012) el precio se distribuye en tres tipos de precios internos, siendo los siguientes:

- Precio límite o precio mínimo: Pertenece al costo directo y se consigue mediante la adición de las materias primas, gastos de marketing directos y salarios directos
- Precio técnico: Es el precio que corresponde al punto muerto; afirma la recuperación del valor de remodelación del producto (Costo directo + Cargas de estructura).

- Precio objetivo: Se relaciona con los costos directos, las obligaciones de estructura y un bien mínimo que se considera como suficiente.

3.4.4. Análisis de precio

Según Ruiz (2016) el estudio de precios es el enfoque para poder evaluar las opciones de productos y servicios existentes en el mercado.

La oferta monetaria de un producto se compara con otras alternativas, un estudio de precios comprenderá una revisión precisa de los beneficios de cada oferta acerca de los precios de mercado.

CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA

4.1. Población

La población del trabajo investigativo presenta 14 platos costumbristas del distrito, elaborados por el restaurante campestre Chinchay a base de leña, carbón y debajo de la tierra (horno) y con productos producidos en la zona, entre ellos tenemos:

Entradas:

- Ceviche de trucha
- Chicharrón de Chincha
- Papa a la huancaína
- Choclo con queso
- Sopas:
- Patasca
- Caldo de Gallina

Platos de fondo:

- Chancho al palo
- Pollo a la leña
- Pachamanca
- Cabrito al horno
- Cuy chactado
- Trucha frita/parrilla
- Bistec
- Lomo saltado

Postres:

- Panqueques con manjar de chirimoya
- Picarones de chirimoya.

4.1.1 Marco muestral

El trabajo investigativo se ha realizado tomando en cuenta la documentación existente del Restaurante Campestre Chinchay del año 2019, como: los registros de costos de los insumos, los registros de gastos que se utilizan para la elaboración de los platos, de igual forma, los registros de venta y toda información que forma parte de los procesos operacionales de la misma.

4.1.2 Muestra

La muestra está compuesta por cinco platos principales, los cuales fueron elegidos por ser de mayor aceptación y preferencia de los clientes que visitan el restaurante campestre Chinchay en el distrito de Callahuanca, los mismos que a continuación se detallan:

- Patasca
- Chancho al palo
- Pollo a la leña
- Cuy chactado
- Pachamanca de 3 sabores

4.1.3 Tipo de muestreo

Para el presente trabajo de investigación el tipo de muestro a utilizar es el muestreo no probabilístico por conveniencia, puesto que se basa en la aceptación y preferencia de los clientes.

4.2. Técnicas e Instrumentos

4.2.1 Técnicas de recolección de datos

- *Observación*: es el método primordial de conseguir información real, para este caso los datos fueron recolectados durante la observación, realizada los días domingos de 11:00 am a 4:00 pm, horario donde existe la mayor afluencia de clientes.
- *Entrevista*: es una técnica que permite obtener datos recolectados para conocer la perspectiva del cliente a través del contacto directo.
- *Investigación documental*: permite acceder a la información existente para formular las hipótesis que afirman el análisis de los fenómenos y procesos.

4.2.2 Instrumentos de recolección de datos

- *Guía de observación*: Es un método que recaba, cuantifica y compara información respecto a los hechos de la realidad.
- *Guía de entrevista*: Permite obtener información mediante preguntas formuladas a sujetos que intervienen directa e indirectamente en la elaboración de los platos.
- *Guía de investigación documental*: Se utiliza para estudiar documentos que son precisos en trabajos de investigación, como: análisis de costos, notas de requisición, recepción de pedidos.

4.3. Controles Patrimoniales

Figura 2

Distribución de utensilios

Código	Activo
Área de Cocina	
0001	Cocina
0002	Mesa de trabajo
0003	Estante de vajillas
0004	Refrigeradora
0005	Congeladora
0006	Vajilla
0007	Ollas
0008	Sartenes
Área de Comedor	
0009	Silla de plástico
0010	Mesa de plástico
0011	Sombrilla
Área del Bar	
0012	Mesa de trabajo
0013	Exhibidora
0014	Congeladora
0015	Refrigeradora
0016	Mostrador
0017	Vitrina
0018	Estante de vajillas
Área de Esparcimiento	
0019	Columpios
0020	Pasamanos
0021	Resbaladera
0022	Juego de Sapo
0023	Juego de fulbito

CAPÍTULO V: SISTEMA DE COSTOS

5.1. Implementación del Sistema de Costos

El presente trabajo de investigación ha permitido evaluar el costeo que realiza el Restaurante Campestre Chinchay para determinar los precios de venta de los platos que elabora. Dicha evaluación ha dado como resultado la necesidad de crear y aplicar un Método de costos de producción, para determinar los valores reales de MP, MO y todos los CIF y su aplicación para una mejor gestión.

Por ello iniciaremos determinando los valores de materia prima de los cinco platos que se indican como muestra, los mismos que detallaremos individualmente.

Figura 3

Insumos del plato de patasca

Patasca:				
Costo directo		Costos indirectos de fabricación		
Materia Prima directa	Mano de Obra	MPI	Gastos de producción	Servicios básicos
Carne de res (punta de pecho	Chef Principal	Gas	Alquiler de local	Luz
Pata de res	chef segundo			Agua
Mondongo de Res	Entradero			Internet
Maíz mote	Ayudante de cocina I			Software de facturación
Hierba buena	Lavador de platos			
Orégano				
Sal				

Figura 4

Patasca



Figura 5

Insumos del plato de chanco al palo

Costo directo		Costos indirectos de fabricación		
Materia Prima directa	Mano de Obra	MPI	Gastos de producción	Servicios básicos
Panceta de cerdo	Chef Principal	Cebolla	Alquiler de local	Luz
Choclo	Chef Segundo	Aji amarillo		Agua
Papa amarilla	Entradero	Leña		Internet
Aderezo	Ayudante de cocina I			Software de facturación
	Lavador de platos			

Figura 6

Chancho al palo



Figura 7

Insumos del plato de pollo a la leña

Pollo a la leña (1/4 pollo):				
Costo directo		Costos indirectos de fabricación		
Materia Prima directa	Mano de Obra	MPI	Gastos de producción	Servicios básicos
Pollo	Chef Principal	Lechuga	Alquiler de local	Luz
Aderezo	Chef Segundo	Tomate		Agua
Papas fritas	Entradero	Aceite		Internet
Aceite	Ayudante de cocina I	Pepino		Software de facturación
	Lavador de platos	Zanahoria		
		Leña		

Figura 8

Pollo a la leña



Figura 9

Insumos del plato de cuy chactado

Cuy Chactado		Costos indirectos de fabricación		
Costo directo		Costos indirectos de fabricación		
Materia Prima directa	Mano de Obra	MPI	Gastos de producción	Servicios básicos
Cuy	Chef Principal	Cebolla	Alquiler de local	Luz
Yucas doradas	Chef Segundo	Aji amarillo		Agua
Choclo	Entradero	Gas		Internet
Aceite	Ayudante de cocina I			Software de facturación
	Lavador de platos			

Figura 10

Cuy chactado



Figura 11

Insumos del plato de pachamanca de 3 sabores

Pachamanca de 3 sabores		Costos indirectos de fabricación		
Costo directo		MPI	De Producción	De Servicios básicos
Materia Prima directa	Mano de Obra			
Pollo	Chef Principal	Leña	Alquiler de local	Luz
Chancho	Chef Segundo		Gas	Agua
Cordero	Entradero			Internet
Papa amarilla	Ayudante de cocina I			Software de facturación
Camote	Lavador de platos			
Choclo				
Humita				
Habas				
Aderezco de Pachamanca				

Figura 12

Pachamanca de 3 sabores



5.2. Hoja de Costos

Figura 13

Costos de la producción del plato de patasca

RESTAURANT "CHINCHAY" HOJA DE COSTOS					
ORDEN DE PRODUCCION N° _____					
FECHA DE INICIO:		FECHA FINAL:			
UNID.PRODUCIDAS:			ARTICULO:		
DESCRIPCION	CANT.	U.M	C.UNIT.		C.TOTAL
Carne de res (punta de pecho)	3	kg.	20.00		60.00
Pata de res	1	unid	25.00		25.00
Mondongo de Res	1	kg.	25.00		25.00
Maíz mote	3	kg.	6.00		18.00
Hierba buena	0.5	Paq.	3.00		1.50
Orégano	0.1	Kg.	38.00		3.80
Sal	0.1	kg.	2.00		0.20
Total M.P.D.					133.50
Gas	0.5	GL	48.00		24
TOTAL M.P.I.					24
COSTOS DE MATERIA PRIMA DIRECTA:				(A)	5.63
COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA:				(B)	2.91
COSTO PRIMO:				(A) + (B)	8.53
MANO DE OBRA INDIRECTA:				(C)	1.50
GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACION:				(D)	1.30
COSTO TOTAL DE PRODUCCION			(A + B + C + D)		11.33

Figura 14

Costos de la producción del plato chanco al palo

 RESTAURANT "CHINCHAY" HOJA DE COSTOS					
ORDEN DE PRODUCCION N° _____					
FECHA DE INICIO:			FECHA FINAL:		
UNID.PRODUCIDAS:			ARTICULO:		
DESCRIPCION	CANT.	U.M	C.UNIT.		C.TOTAL
Panceta de cerdo	0.35	kg.	19.00		6.65
Choclo	0.5	unid	1.50		0.75
Papa amarilla	0.25	kg.	3.00		0.75
Aderezo	0.05	kg.	39.00		1.95
Total M.P.D.					10.10
Cebolla	0.09	kg.	3.11		0.28
Aji amarillo	0.01	kg.	3.16		0.03
Leña	1		0.50		0.5
TOTAL M.P.I.					0.81
COSTOS DE MATERIA PRIMA DIRECTA:				(A)	10.91
COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA:				(B)	2.91
COSTO PRIMO:				(A) + (B)	13.82
MANO DE OBRA INDIRECTA:				(C)	1.50
GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACION:				(D)	1.30
COSTO TOTAL DE PRODUCCION				(A + B + C + D)	16.62

Figura 15

Costos de la producción del plato pollo a la leña (1/4)

DESCRIPCION		CANT.	U.M	C.UNIT.		C.TOTAL
RESTAURANT "CHINCHAY" HOJA DE COSTOS						
ORDEN DE PRODUCCION N° _____						
FECHA DE INICIO: FECHA FINAL:						
UNID.PRODUCIDAS: ARTICULO:						
						
Pollo	0.35	kg.	11.53			4.04
Aderezo	0.025	Lt.	39.00			0.98
Papas fritas	0.4	kg.	2.33			0.93
Aceite	0.1	Lt.	10.00			1.00
Total M.P.D.						6.94
Lechuga	0.125	Unid.	1.00			0.13
Tomate	0.05	Kg.	5.56			0.28
Pepino	0.25	Unid.	0.50			0.13
Zanahoria	0.05	Unid.	0.50			0.03
Leña	1		0.50			0.50
TOTAL M.P.I.						1.05
COSTOS DE MATERIA PRIMA DIRECTA:					(A)	8.00
COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA:					(B)	2.91
COSTO PRIMO:					(A) + (B)	10.90
MANO DE OBRA INDIRECTA:					(C)	1.50
GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACION:					(D)	1.30
COSTO TOTAL DE PRODUCCION					(A + B + C + D)	13.70

Figura 16

Costos de la producción del plato pachamanca de 3 sabores



					
RESTAURANT "CHINCHAY" HOJA DE COSTOS					
ORDEN DE PRODUCCION N° _____					
FECHA DE INICIO:			FECHA FINAL:		
UNID.PRODUCIDAS:			ARTICULO:		
DESCRIPCION	CANT.	U.M	C.UNIT.		C.TOTAL
Pollo	0.5	kg.	9.80		4.90
Chancho	0.5	kg.	17.00		8.50
Cordero	0.5	kg.	30.00		15.00
Papa amarilla	0.25	kg.	3.00		0.75
Camote	0.35	kg.	2.00		0.70
Choclo	1	Unid	1.50		1.50
Humita	1	Unid	3.00		3.00
Habas	0.25	kg.	5.00		1.25
Aderezo de Pachamanca	0.25	Kg.	15.00		3.75
Total M.P.D.					39.35
Leña	1	Unid	2.00	2	2.00
TOTAL M.P.I.					2.00
COSTOS DE MATERIA PRIMA DIRECTA:				(A)	41.35
COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA:				(B)	2.91
COSTO PRIMO:				(A) + (B)	44.26
MANO DE OBRA INDIRECTA:				(C)	1.50
GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACION:				(D)	1.30
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION:				(C) + (D)	2.80
COSTO TOTAL DE PRODUCCION			(A + B + C + D)		47.05

Figura 17

Costos de la producción del plato cuy chactado

		RESTAURANT "CHINCHAY" HOJA DE COSTOS			
		ORDEN DE PRODUCCION N° _____			
		FECHA DE INICIO:		FECHA FINAL:	
		UNID.PRODUCIDAS:		ARTICULO:	
DESCRIPCION	CANT.	U.M	C.UNIT.		C.TOTAL
Cuy	1	Unid	28.00		28.00
Yucas doradas	0.5	kg.	3.00		1.50
Choclo	1	unid	1.00		1.00
Aceite	0.25	Lt.	10.00		2.50
Total M.P.D.					33.00
Cebolla	0.09	kg.	5.56	0.50	0.50
Ají amarillo	0.01	kg.	3.16	0.03	0.03
TOTAL M.P.I.					0.53
COSTOS DE MATERIA PRIMA DIRECTA:				(A)	33.53
COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA:				(B)	2.91
COSTO PRIMO:				(A) + (B)	36.44
MANO DE OBRA INDIRECTA:				(C)	1.50
GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACION:				(D)	1.50
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION:				(C) + (D)	3.00
COSTO TOTAL DE PRODUCCION				(A + B + C + D)	39.44

5.3. Comparación de los costos por producto al aplicar el sistema

A fin de conocer si el sistema de costos realizado debe ser aplicado en el Restaurante Campestre Chinchay, los resultados obtenidos a través del sistema de costos se han comparado con el costeo con el que cuenta actualmente el restaurante, el mismo que se muestra a continuación:

Figura 18

Comparación de los costos por plato

Platos	Costo al aplicar el sistema			Costo según empresa			Reducción o ampliación del costo	Margen en %
	Costo de Producción	Utilidad 30%	Valor venta	Costo de Producción	Utilidad 30%	valor venta		
Patasca	11.33	3.40	14.73	11.08	3.32	14.41	0.32	2%
Chancho al palo	16.62	4.99	21.61	18.25	5.48	23.73	-2.12	-9%
Pollo a la leña 1/4	13.70	4.11	17.81	11.73	3.52	15.25	2.56	17%
Pachamanca de 3 sabores	47.50	14.25	61.75	42.37	12.71	55.08	6.67	12%
Cuy chactado	39.44	11.83	51.27	35.85	10.76	46.61	4.66	10%

De la figura 18, podemos determinar que sería conveniente aplicar el sistema de costos realizado para el plato “chancho al palo”, puesto que de acuerdo al costo de producción que resulta del sistema de costos es menor a los costos calculados por el restaurante.

5.4. Determinación del Precio

Figura 19

Identificación del costo de MP para la preparación del plato patasca

28 PLATOS DE PATASCA				
Insumos	Cantidad	U.M.	Precio (Kg./Lt./Unid.) S/	Costo S/
Carne de res (punta de pecho)	3	kg.	20.00	60.00
Pata de res	1	unid	25.00	25.00
Mondongo de Res	1	kg.	25.00	25.00
Maíz mote	3	kg.	6.00	18.00
Hierba buena	0.5	Paq.	3.00	1.50
Orégano	0.1	Kg.	38.00	3.80
Sal	0.1	kg.	2.00	0.20
Total M.P.D.				133.50
Gas	0.5	GL	48.00	24.00
Total M.P.I.				24.00
Costo Unitario				5.63

Figura 20

Identificación del costo de MP para la preparación del plato chancho al palo

Chancho al Palo				
Insumos	Cantidad	U.M.	Precio (Kg./Lt./Unid.)	Costo
Panceta de cerdo	0.35	kg.	19.00	6.65
Choclo	0.5	Unid.	1.50	0.75
Papa amarilla	0.25	kg.	3.00	0.75
Aderezo	0.05	Lt	39.00	1.95
Total M.P.D.				10.10
Cebolla	0.09	kg.	3.11	0.28
Aji amarillo	0.01	kg.	3.16	0.03
leña	1	Kg.	0.50	0.50
Total M.P.I.				0.81
Costo total				10.91

Figura 21

Identificación del costo de MP para la preparación del plato Pollo a la leña (1/4)

Pollo a la leña (1/4 pollo)				
Insumos	Cantidad	U.M.	Precio (Kg./Lt./Unid.)	Costo
Pollo	0.35	kg.	11.53	4.04
Aderezo	0.025	Lt.	39.00	0.98
Papas fritas	0.4	kg.	2.33	0.93
Aceite	0.1	Lt.	10.00	1.00
Total M.P.D.				6.94
Lechuga	0.125	Unid.	1.00	0.13
Tomate	0.05	Kg.	5.56	0.28
Pepino	0.25	Unid.	0.50	0.13
Zanahoria	0.05	Kg.	0.50	0.03
leña	1		0.50	0.50
Total M.P.I.				1.05
Costo total				7.99

Figura 22

Identificación del costo de MP para la preparación del plato cuy chactado

Cuy Chactado				
Insumos	Cantidad	U.M.	Precio (Kg./Lt./Unid.)	Costo
Cuy	1	Unid	28.00	28.00
Yucas doradas	0.5	kg.	3.00	1.50
Choclo	1	unid	1.00	1.00
Aceite	0.25	Lt.	10.00	2.50
Total M.P.D.				30.50
Cebolla	0.09	kg.	5.56	0.50
Ají amarillo	0.01	kg.	3.16	0.03
Total M.P.I.				0.53
Costo total				31.03

Figura 23

Identificación del costo de MP para la preparación del plato pachamanca de 3 sabores

Pachamanca de 3 sabores				
Insumos	Cantidad	U.M.	Precio (Kg./Lt./Unid.)	Costo
Pollo	0.5	kg.	9.80	4.90
Chanco	0.5	kg.	17.00	8.50
Cordero	0.5	kg.	30.00	15.00
Papa amarilla	0.25	kg.	3.00	0.75
Camote	0.35	kg.	2.00	0.70
Choclo	1	Unid	1.50	1.50
Humita	1	Unid	3.00	3.00
Habas	0.25	kg.	5.00	1.25
Aderezo de Pachamanca	0.25	Kg.	15.00	3.75
Total M.P.D.				39.35
Leña	1	Unid	2.00	2
Total M.P.I.				2
Total M.P.I.				41.35

Figura 24
Identificación del costo de la MOD

Planilla de mano de obra directa				
Trabajador	Sueldo Diario S/	Días laborales	Remuneración bruta S/	Total mensual S/
Chef Principal	150	8	1,200.00	1,200.00
Chef Segundo	130	4	520.00	520.00
Entradero	60	4	240.00	240.00
Ayudante de cocina I	60	8	480.00	480.00
Lavador de Platos	50	4	200.00	200.00
Totales	450	28	2,640.00	2,640.00

Figura 25
Identificación del costo de la MOI

Planilla de mano de obra indirecta				
Trabajador	Sueldo Diario S/	Días laborales	Remuneración bruta S/	Total mensual S/
Mozo I	60	8	480.00	480.00
Auxiliar de mozo	50	8	400.00	400.00
Cajera	60	8	480.00	480.00
Totales	170	24	1,360.00	1,360.00

Figura 26*Identificación de los CIF*

costo indirecto de fabricación	
Trabajador	Mensual
Alquiler de local	700.00
Luz	350.00
Agua	30.00
Software de facturación	60.00
Internet	40.00
Totales	1180.00

Figura 27
Identificación de la asignación de los CIF

Nº	Nombre del Plato	# de platos vendidos	% de distribución
1	Chancho al Palo	136	15%
2	Pollo a la leña 1/4	60	7%
3	Pollo a la leña 1/2	18	2%
4	Pollo a la leña entero	13	1%
5	Pachamanca de 3 sabores	32	4%
6	Pachamanca de 2 sabores	25	3%
7	Pachamanca de 1 sabores	29	3%
8	Cabrito al horno	30	3%
9	Cabrito con frejoles	35	4%
10	cuy chactado	51	6%
11	Trucha Frita	66	7%
12	Trucha parrilla	46	5%
13	Trucha Vapor	26	3%
14	Bisteck	22	2%
15	Lomo	32	4%
16	Ceviche de Trucha	43	5%
17	Chicharron de chancho	41	5%
18	Papa a la huancaína	27	3%
19	Yuquita a la huancaína	24	3%
20	Choclo con queso	30	3%
22	Tequeños	26	3%
23	Patasca	76	8%
24	Caldo de gallina	20	2%
Total de platos vendidos		908	100%

Figura 28

Cálculo de la tasa de asignación de la MOD por plato

Cálculo de asignación	$\frac{2640.00}{908}$	2.91
-----------------------	-----------------------	------

Nº	Nombre del Plato	# Platos vendidos	% de distribución	Tasa de Asignación s/	Asignación M.O.D.	
2,640.00						
1	Chancho al Palo	136	15%	2.91	395.42	395.42
2	Pollo a la leña 1/4	60	7%	2.91	174.45	174.45
3	Pollo a la leña 1/2	18	2%	2.91	52.33	52.33
4	Pollo a la leña entero	13	1%	2.91	37.80	37.80
5	Pachamanca de 3 sabores	32	4%	2.91	93.04	93.04
6	Pachamanca de 2 sabores	25	3%	2.91	72.69	72.69
7	Pachamanca de 1 sabores	29	3%	2.91	84.32	84.32
8	Cabrito al horno	30	3%	2.91	87.22	87.22
9	Cabrito con frejoles	35	4%	2.91	101.76	101.76
10	cuy chactado	51	6%	2.91	148.28	148.28
11	Trucha Frita	66	7%	2.91	191.89	191.89
12	Trucha parrilla	46	5%	2.91	133.74	133.74
13	Trucha Vapor	26	3%	2.91	75.59	75.59
14	Bistec	22	2%	2.91	63.96	63.96
15	Lomo	32	4%	2.91	93.04	93.04
16	Ceviche de Trucha	43	5%	2.91	125.02	125.02
17	Chicharron de chancho	41	5%	2.91	119.21	119.21
18	Papa a la huancaína	27	3%	2.91	78.50	78.50
19	Yuquita a la huancaína	24	3%	2.91	69.78	69.78
20	Choclo con queso	30	3%	2.91	87.22	87.22
22	Tequeños	26	3%	2.91	75.59	75.59
23	Patasca	76	8%	2.91	220.97	220.97
24	Caldo de gallina	20	2%	2.91	58.15	58.15
Total de platos vendidos		908	100%		2640.00	2640.00

Figura 29

Cálculo de la tasa asignación de la MOI por plato

Cálculo de asignación	$\frac{1,360.00}{908}$	1.50
-----------------------	------------------------	------

Nº	Nombre del Plato	# Platos vendidos	% de distribución	Tasa de Asignación s/	Asignación M.O.I.	
1,360.00						
1	Chancho al Palo	136	15%	203.70	1.50	203.70
2	Pollo a la leña 1/4	60	7%	89.87	1.50	89.87
3	Pollo a la leña 1/2	18	2%	26.96	1.50	26.96
4	Pollo a la leña entero	13	1%	19.47	1.50	19.47
5	Pachamanca de 3 sabores	32	4%	47.93	1.50	47.93
6	Pachamanca de 2 sabores	25	3%	37.44	1.50	37.44
7	Pachamanca de 1 sabores	29	3%	43.44	1.50	43.44
8	Cabrito al horno	30	3%	44.93	1.50	44.93
9	Cabrito con frejoles	35	4%	52.42	1.50	52.42
10	cuy chactado	51	6%	76.39	1.50	76.39
11	Trucha Frita	66	7%	98.85	1.50	98.85
12	Trucha parrilla	46	5%	68.90	1.50	68.90
13	Trucha Vapor	26	3%	38.94	1.50	38.94
14	Bisteck	22	2%	32.95	1.50	32.95
15	Lomo	32	4%	47.93	1.50	47.93
16	Ceviche de Trucha	43	5%	64.41	1.50	64.41
17	Chicharron de chancho	41	5%	61.41	1.50	61.41
18	Papa a la huancaína	27	3%	40.44	1.50	40.44
19	Yuquita a la huancaína	24	3%	35.95	1.50	35.95
20	Choclo con queso	30	3%	44.93	1.50	44.93
22	Tequeños	26	3%	38.94	1.50	38.94
23	Patasca	76	8%	113.83	1.50	113.83
24	Caldo de gallina	20	2%	29.96	1.50	29.96
Total de platos vendidos		908	100%	1360.00		1360.00

Figura 30

Cálculo de la tasa de asignación de los CIF por plato

Cálculo de asignación	$\frac{1,180.00}{908}$	1.30
-----------------------	------------------------	------

Nº	Nombre del Plato	# Platos vendidos	% de distribución	Tasa de Asignación s/	Asignación C.I.F	
1,180.00						
1	Chancho al Palo	136	15%	176.74	1.30	176.74
2	Pollo a la leña 1/4	60	7%	77.97	1.30	77.97
3	Pollo a la leña 1/2	18	2%	23.39	1.30	23.39
4	Pollo a la leña entero	13	1%	16.89	1.30	16.89
5	Pachamanca de 3 sabores	32	4%	41.59	1.30	41.59
6	Pachamanca de 2 sabores	25	3%	32.49	1.30	32.49
7	Pachamanca de 1 sabores	29	3%	37.69	1.30	37.69
8	Cabrito al horno	30	3%	38.99	1.30	38.99
9	Cabrito con frejoles	35	4%	45.48	1.30	45.48
10	cuy chactado	51	6%	66.28	1.30	66.28
11	Trucha Frita	66	7%	85.77	1.30	85.77
12	Trucha parrilla	46	5%	59.78	1.30	59.78
13	Trucha Vapor	26	3%	33.79	1.30	33.79
14	Bisteck	22	2%	28.59	1.30	28.59
15	Lomo	32	4%	41.59	1.30	41.59
16	Ceviche de Trucha	43	5%	55.88	1.30	55.88
17	Chicharron de chancho	41	5%	53.28	1.30	53.28
18	Papa a la huancaína	27	3%	35.09	1.30	35.09
19	Yuquita a la huancaína	24	3%	31.19	1.30	31.19
20	Choclo con queso	30	3%	38.99	1.30	38.99
22	Tequeños	26	3%	33.79	1.30	33.79
23	Patasca	76	8%	98.77	1.30	98.77
24	Caldo de gallina	20	2%	25.99	1.30	25.99
Total de platos vendidos		908	100%	1180.00		1180.00

5.5. Estado de Resultados

Figura 31

Estado de resultados

Estado de Resultados (Del 01/01 al 31/12 de 2019)		
Ventas netas o ing. por servicios	461	62187
Desc. rebejas y bonif. Concedidas	462	(0)
Ventas netas	463	62187
Costo de ventas	464	(55019)
Resultado bruto Utilidad	466	7168
Resultado bruto Pérdida	467	(0)
Gastos de ventas	468	(0)
Gastos de administración	469	(1130)
Resultado de operación utilidad	470	6038
Resultado de operación pérdida	471	(0)
Gastos financieros	472	(0)
Ingresos financieros gravados	473	0
Otros ingresos gravados	475	0
Otros ingresos no gravados	476	0
Enajen. de val y bienes del act. F	477	0
Costo enajen. de val y bienes del a.	478	(0)
Gastos diversos	480	(0)
REI del ejercicio positivo	481	0
Resultados antes de part. – Utilidad	484	6038
Resultados antes de part. - Pérdida	485	(0)
Distribución legal de la renta	486	(0)
Resultado antes del imp - Utilidad	487	6038
Resultado antes del imp - Pérdida	489	(0)
Impuesto a la renta	490	(0)
Resultado del ejercicio - Utilidad	492	6038
Resultado del ejercicio - Pérdida	493	(0)

5.6. Asientos Contables
Figura 32

Asientos contables

Cuentas	Asientos Contables	Debe	Haber
60	COMPRAS	55,019.00	
61	VARIACION DE EXISTENCIAS		55,019.00
	Por las compras		
61	VARIACION DE EXISTENCIAS	55,019.00	
69	COSTO DE VENTAS		55,019.00
	Por el costo de ventas		
70	VENTAS NETAS O ING POR SERV	62,187.00	
80	MARGEN COMERCIAL		62,187.00
	Por N/ ventas		
	CARGAS IMPUTABLES A CUENTAS DE COSTOS Y		
79	GASTOS	1,130.00	
94	GASTOS DE ADMINISTRACION		1,130.00
	Por los gastos		
80	MARGEN COMERCIAL	7,168.00	
82	VALOR AGREGADO		7,168.00
	Por la utilidad bruta		
82	VALOR AGREGADO	7,168.00	
83	EXCEDENTE BRUTO DE EXPLOTACION		7,168.00
	Por el valor agregado		
83	EXCEDENTE BRUTO DE EXPLOTACION	7,168.00	
84	RESULTADO DE EXPLOTACION		7,168.00
	Por el excedente bruto		
84	RESULTADO DE EXPLOTACION	6,038.00	
85	RESULTADO ANTES DE PARTIC E IMP		6,038.00
	Resultados antes de imp		

85	RESULTADO ANTES DE PARTICIPACIONES E IMPUESTOS	6,038.00	
89	UTILIDAD DEL EJERCICIO		6,038.00
	Utilidad del ejercicio		
89	UTILIDAD DEL EJERCICIO	604.00	
88	IMPUESTO A LA RENTA - CORRIENTE		604.00
	Impuesto a la renta		
88	IMPUESTO A LA RENTA - CORRIENTE	251.00	
40	RENTA DE TERCERA CATEGORIA		251.00
	Impuesto a pagar		
89	UTILIDAD	604.00	
59	UTILIDADES ACUMULADAS		604.00
	Utilidad acumulada		
20	MERCADERIAS		6,120.00
33	IMMUEBLES MAQUINARIA Y EQUIPOS		33,525.00
39	DEPRECIACION Y AMORTIZACION ACUMULADA	7,450.00	
40	TRIBUTOS POR PAGAR	251.00	
46	DEBITOS POR PAGAR DIVERSAS	906.00	
50	CAPITAL	25,000.00	
89	UTILIDAD DEL EJERCICIO	6,038.00	
	Por el cierre de cuentas		
		39,645.00	39,645.00

5.7. Aplicación del Sistema de Costos

El sistema de costo estándar aplicado para el restaurante nos permite poder conocer los costos unitarios y totales de cada plato preparado de una forma confiable, de igual manera calcular el costo exacto por cada plato como la patasca, chancho al palo, pachamanca, entre otros platillos que se puedan preparar en el restaurante y la preferencia de cada cliente, sin perder proporciones en cada una de ellas, de esta forma nos permite poder controlar los costos, controlar los desperdicios que suelen quedar al momento de preparar cada plato y poder reducir los gastos, esta aplicación facilita la estandarización de producción en una proyección transparente y realista en un periodo de tiempo definido en el futuro, de esta forma ayuda al control y la toma de decisiones dentro del restaurante.

Tras la ejecución del sistema de costos por cada plato nos ayudará a tener mayor control en las compras que realizamos, la prioridad del restaurante es brindar platos de calidad, por ello elegimos precios intermedios. El restaurante es viable ya que puede solventar sus gastos, llega a tener utilidad y eso lo visualizamos en el estado de resultados.

La utilización del sistema de costos, permite mejorar la gestión empresarial, logrando así cumplir los objetivos determinados por la administración, como reducir costos, incrementar los ingresos, mejorar la calidad del producto y potenciar las ganancias.

Siendo así que los propietarios del restaurante campestre "Chinchay" optarán por usar este método sencillo y eficaz, para la obtención de mejores costos unitarios que permitan conocer con exactitud la utilidad operativa real.

CAPITULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- Con respecto a la evaluación se ha determinado que el Restaurante Campestre Chinchay aplica un sistema de costo tradicional, la cual presenta dificultades al momento de la elaboración de los platos para poder calcular y tener un manejo adecuado de los costos.
- Los costos representan el factor más importante dentro de un proceso de producción, el restaurante tiene muchas pérdidas al momento de no contar con la merma como un recurso a seguir optimizando, su ganancia se basa en calcular un aproximado al momento de la elaboración de los platos y no se toma en consideración los recursos utilizados como mano de obra, consumo de servicios, entre otros, por la cual su margen de ganancia es mínimo, esto se puede llegar a invertir al poder implementar un sistema de costos con la finalidad de llevar un orden y control de los mismos..
- Determinamos que a través de un cuadro de insumos, precios y cantidades la proporción sea la correcta para la producción de cada plato, así no se desperdician insumos y sabemos la cantidad de dinero que invertimos en cada plato.
- Analizamos que a través del sistema de costos hemos podido calcular el costo de la MO por plato.
- Con base en los estudios y cálculos realizados a los platos que ofrece el restaurante, existen tres platos que generan una menor rentabilidad, los cuales son; la patasca con una utilidad de S/ 3.32, el pollo a la leña con una utilidad de

S/ 3.52 y el chanco al palo con una utilidad de S/ 5.48. Asimismo, entre los platos que generan mayor utilidad y cuyo costo de producción es más alto, tenemos el cuy chactado con una utilidad de S/ 10.76 y la pachamanca de 3 sabores con un S/ 12.71 de utilidad.

Recomendaciones

- Es muy importante e indispensable identificar los costos unitarios dentro de la fase de producción, por lo que es recomendable el diseño e implementación de un sistema de costos de producción, cuyo método nos permitirá determinar, analizar y evaluar los procesos de mayor consumo de recursos como materia prima (insumos), mano de obra y CIF, de tal manera que se emplee la misma cantidad de insumos para la obtención de mayor producción, con esta información se podrá detectar las áreas o procesos que conlleva a una mayor concentración de producción para un control adecuado, una correcta toma de decisiones y alcanzar un margen de ganancia de las ventas propuesto al 5% anual.
- Se recomienda aplicar un sistema de costos de producción, para conocer los valores reales por actividades al elaborar un plato, de esa forma se evitará los desperdicios de insumos.
- Sugerimos seguir con los precios establecidos en el restaurante, con una mejor calidad y atención.

- Establecer políticas que permitan que el recurso humano del restaurante sea reconocido por la labor que desempeña, motivando de esta manera a los trabajadores para una mayor producción y mejor atención a los clientes.
- Teniendo en cuenta los datos obtenidos, se recomienda que el área de producción del restaurante realice un análisis de los insumos que se utilizan en la elaboración de estos platos, de tal manera que se identifiquen los costos innecesarios que están afectando al costo de producción, sin disminuir la calidad del producto. Asimismo, se recomienda centrar la atracción de los turistas/visitantes hacia los platos que mayor utilidad generan, en este caso el cuy chactado y pachamanca de 3 sabores. Para ello se debe capacitar a los trabajadores con la información necesaria, para lograr mayor utilidad y alcanzar los objetivos del restaurante.

CAPITULO VII: REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Amedo, S.A. (2017). *Plan de Marketing Estratégico Punta Encanto S.R.L* [Trabajo final de grado, Universidad Siglo 21]. Repositorio Académico.
<https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/14043/AMEDEO%20SABRINA%20ANTONELLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Chávez, F. (2019). *Análisis de la Influencia del sistema de costos por órdenes de pedidos en la utilidad de los restaurantes de la ciudad de Arequipa, 2017. Caso: Empresa Gastronomía Moderna EIRL* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa]. Repositorio Académico.
<http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/9065/COchchfa1.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Coronel, A.L. (2016). *La contabilidad de costos para restaurantes en las pequeñas organizaciones* [Tesis de Licenciatura, Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil]. Repositorio Académico.
<http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/1320/1/T-ULVR-1202.pdf>

Cosar, C.P. (2018). *Propuesta de diseño de un sistema de costos para determinar el costo de producción del frijol de palo enlatado en la empresa agroindustrial Alpes Chiclayo S.A.C* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo]. Repositorio Académico.
<https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/2202/BC-TES-TMP-1076.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Flores, H.P. (2016). *Incidencia de la fijación de precios de venta del producto en los niveles de competitividad de las MIPYMES productoras de Tabaco en el municipio de Estelí, ciclo productivo 2015* [Tesis de Máster, Universidad Autónoma de Nicaragua]. Repositorio Académico.

<https://repositorio.unan.edu.ni/2885/1/17469.pdf>.

Gómez, N. (2018). Plan estratégico de marketing digital 2018 - 2019 para la empresa control – D en la ciudad de Cúcuta, Norte de Santander [Trabajo de grado, Universidad Libre Seccional Cúcuta]. Repositorio Académico.

<https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/11482/Tesis%20Nicolas.pdf>.

Hernández, J.J. (2016). *Sistema de costos de producción y su influencia en la determinación de costo y precio de las comidas de la empresa El Paisa E.I.R.L distrito de Cusco, período agosto-octubre del 2016* [Tesis de licenciatura, Universidad Privada Antenor Orrego]. Repositorio Académico.

http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/2349/1/RE_CONT_JEFERSON.HERNANDEZ_SISTEMA.DE.COSTOS.DE.PRODUCCION.Y.SU.INFLUENCIA.EN.LA.DETERMINACION.DEL.COSTO_DATOS.pdf.

López, S.E y Silva, M.C (2019). *Plan de mercado para la empresa privada inmobiliaria La Fortaleza JC* [Trabajo de grado, Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD]. Repositorio Académico.

https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/28334/planmercadeo_inmobiliariaJC.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Mendoza, E. (2019). *La Gestión Contable y su Influencia en la Gestión Administrativa del Restaurante "El Zarco" de Cajamarca, 2017* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Cajamarca] Repositorio Académico.

<https://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/UNC/3549/LA%20GESTI%C3%93N%20CONTABLE%20Y%20SU%20INFLUENCIA%20EN%20LA%20GESTI%C3%93N%20ADMINISTRATIVA%20DEL%20RESTAURANTE%20E2%80%9CEL%20ZARCO%20DE%20CAJAMARCA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Mera, E.C. (2018). *La contabilidad de costos y su importancia en el proceso productivo de las empresas dedicadas a la actividad industrial* [Tesis de licenciatura, Universidad Técnica de Machala]. Repositorio Académico.

<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12648/1/ECUACE-2018-AE-CD00343.pdf>

Mera, R. (2019). *Contabilidad de costos* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de la Amazonia Peruana]. Repositorio Académico.

https://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12737/5697/Rodrigo_examen_titulo_2019.pdf?sequence=4&isAllowed=y

- Mío, H.Y. (2021). *Sistema de costos en la panadería “Mi Luchito”* [Trabajo de Investigación, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio Académico. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/8125/M%c3%a20do%20Lacsahuanga%20Herling%20Yovani.pdf?sequence=4&isAllowed=y>.
- Montero, L.K. (2015). *Marketing digital como mecanismo para optimizar las ventas en pymes del sector comercio en Colombia* [Trabajo de grado, Universidad Militar Nueva Granada]. Repositorio Académico. <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/7415/MonteroPitreLeidisKarina2015.pdf?sequence=1>.
- Murillo, I. y Quintero, Y. (2019). *Diseño de una herramienta de costos por órdenes de producción para el restaurante y hostel El Paraíso* [Proyecto de grado, Universidad Autónoma de Occidente]. Repositorio Académico. <https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/10950/T08496.pdf?sequence=6&isAllowed=y>
- Rojas, S.Y. (2019). *Sistema de costeo ABC para la determinación de los costos del restaurant El Horno SAC. Jaén, 2019* [Trabajo de investigación, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio Académico. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/6528/Rojas%20Cieza%20Sonia%20Yudit.pdf?sequence=1>

- Ruiz, N. (2016). *Análisis de precios y promociones en el entorno detallista* [Trabajo Fin de Máster, Universidad de Oviedo]. Repositorio Académico.
https://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/handle/10651/38603/TFM_NereaRuizAguado.pdf;jsessionid=2BE5386B56E49178CE877EBB37A9438B?sequence=3
- Valverde, M.L. y Saldaña K.G. (2013). *Implementación de sistema de costos por ordenes específicas para la toma de decisiones en la empresa Oshiro y Valverde Ingenieros S.A de la ciudad de Trujillo período enero febrero 2013* [Tesis de licenciatura, Universidad Privada Antenor Orrego]. Repositorio Académico.
https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/214/1/VALVERDE_MIRNA_COSTOS_ORDENES_ESPECIFICAS.pdf.
- Vasquez, K.V. (2018). *Contabilidad de costos* [Examen de suficiencia profesional, Universidad Nacional de la Amazonía Peruana]. Repositorio Académico.
https://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12737/6462/Kristhie_Examen_Titulo_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Villada, L.M. y Gallego, N. (2017). *Aplicación del modelos de costos basado en actividades para los productos de los restaurantes campestres del municipio de Caicedonia Valle del Cauca, con base en la toma de decisiones. Estudio de caso: Lagos Bellavista* [Proyecto de grado, Universidad del Valle]. Repositorio Académico.
<https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/handle/10893/12501/0586406.pdf?sequence=1&isAllowed=y>