



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
CARRERA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y  
FINANZAS**

**“IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE COSTOS EN LA  
POLLERIA YOPO S.A.C. UBICADA EN EL DISTRITO DE LINCE-  
LIMA”**

Trabajo de investigación para optar el grado académico de  
BACHILLER EN CONTABILIDAD Y FINANZAS

Presentado por:

Madilyn Esthephanny Torres Urbano (0000-0003-4879-923X)

Elizabeth Natalia Curo Tello (0000-0002-9830-2781)

Asesor:

Mercedes Olga Jara Avellaneda (0000-0003-2595-7290)

Lima – Perú

2022

## FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ANEXO 6****ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE BACHILLER POR PROFESOR DEL CURSO**

Fecha: 15/12/2022

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

Mg. Mercedes Olga Jara Avellaneda
-----------------------------------

En el curso de:

Seminario de Tesis I
----------------------

Luego de evaluar el trabajo de investigación de Bachiller titulado:

"IMPLEMENTACION DE UN SISTEMA DE COSTOS EN LA POLLERIA YOPO S.A.C. UBICADA EN EL DISTRITO DE LINCE-LIMA"

Presentada por los estudiantes:

CÓDIGO	ALUMNO
<b>100071017@cientifica.edu.pe</b>	Madilyn Esthephanny Torres Urbano
<b>100071032@cientifica.edu.pe</b>	Elizabeth Natalia Curo Tello

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	
<b>100071017@cientifica.edu.pe</b>	Madilyn Esthephanny Torres Urbano	Aprobado (14 )	
<b>100071032@cientifica.edu.pe</b>	Elizabeth Natalia Curo Tello	Aprobado ( 14 )	

El profesor evaluador firma en señal de conformidad.



---

**Mg. Mercedes Olga Jara Avellaneda**

**ANEXO: FORMATO DE DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD DE CONTENIDO DE INFORME FINAL DE TESIS O TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

**UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL SUR**

**DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD DE CONTENIDO DE INFORME FINAL DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN<sup>1</sup>**

Lima, 14 de Marzo del 2023

Señor,

Percy Mayta Tristán

**Director General de Investigación, Desarrollo e Innovación**

**Universidad Científica del Sur**

**Presente. –**

De nuestra consideración,

Yo: Madilyn Estephanny Torres Urbano y Elizabeth Natalia Curo Tello de la carrera de Contabilidad y Finanzas de la Universidad Científica del Sur, en conjunto con la asesora del trabajo de investigación Mercedes Olga Jara Avellaneda, declaramos que este informe final de trabajo de investigación titulado: "IMPLEMENTACION DE UN SISTEMA DE COSTOS EN LA POLLERIA YOPO S.A.C. UBICADA EN EL DISTRITO DE LINCE - LIMA", sustentado para obtener el grado de Bachiller es original.

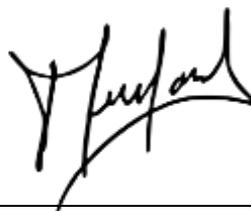
Es decir, no contiene plagio parcial ni total, cuando se utilizó información de fuentes externas se reconoció la autoría mediante la adecuada citación y los resultados obtenidos son producto entero de nuestra investigación y no han sido falseados ni fabricados. Todo esto en cumplimiento del Código de ética en la investigación, Reglamento del Comité de Integridad Científica, Reglamento de Propiedad Intelectual, Normas y procedimientos de los trabajos de investigación para la obtención de títulos profesionales y grados académicos <sup>2</sup>, que afirmamos conocer en su totalidad.

Por ello, en caso de identificarse alguna situación de plagio, falsificación o fabricación de resultados, nos allanamos al proceso de investigación que establezca la Universidad y las posibles sanciones que pudieran surgir.

Firmamos en conformidad con lo declarado,



Madilyn Estephanny  
Torres Urbano  
**DNI:** 70516152



**Firma del asesor de tesis**  
Mercedes Olga Jara Avellaneda  
**DNI:**10168018



Elizabeth Natalia Curo  
Tello  
**DNI:** 46981261

<sup>1</sup> En conformidad con la Resolución del Consejo Directivo N° 084-2022-SUNEDU/CD

<sup>2</sup> Los documentos están en: <https://investigacion.cientifica.edu.pe/reglamentos/>

## INFORME DE REVISIÓN DE ORIGINALIDAD

**Título del documento evaluado.** Implementación de un sistema de costos en la pollería Yopo S.A.C. ubicada en el distrito de Lince-Lima

**Autores.** Madilyn Esthephanny Torres Urbano; Elizabeth Natalia Curo Tello.

**Mecanismo de revisión de originalidad.** Evaluación con Turnitin (ID 2038956854).

**Resultado de la evaluación.** 6%

**Revisado por.** Magaly Kelly Guerrero Huaracallo.

**Comentarios sobre la revisión.** Filtros usados: excluir fuentes de menos de 12 palabras.

### Implementación de un sistema de costos en la pollería Yopo

#### INFORME DE ORIGINALIDAD



#### FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="http://repositorio.cientifica.edu.pe">repositorio.cientifica.edu.pe</a> Fuente de Internet	1 %
2	<a href="http://qdoc.tips">qdoc.tips</a> Fuente de Internet	1 %
3	<a href="http://repositorio.autonoma.edu.pe">repositorio.autonoma.edu.pe</a> Fuente de Internet	1 %
4	<a href="http://fullcontabilidad.com">fullcontabilidad.com</a> Fuente de Internet	<1 %
5	<a href="http://doku.pub">doku.pub</a> Fuente de Internet	<1 %
6	<a href="http://www.angelcontable.com">www.angelcontable.com</a> Fuente de Internet	<1 %
7	<a href="http://pdfcoffee.com">pdfcoffee.com</a> Fuente de Internet	<1 %
8	<a href="http://edoc.pub">edoc.pub</a> Fuente de Internet	<1 %
9	<a href="http://fianzasperu.blogspot.com">fianzasperu.blogspot.com</a> Fuente de Internet	<1 %

## Índice general

INDICE DE FIGURAS.....	4
INDICE DE TABLAS.....	5
RESUMEN EJECUTIVO.....	6
INTRODUCCION .....	7
<b>CAPITULO I: DESCRIPCION DE LA EMPRESA .....</b>	<b>8</b>
1.1. Análisis de la empresa.....	8
1.2. Plan estratégico de la empresa .....	8
1.2.1. Visión .....	10
1.2.2. Misión .....	10
1.2.3. Objetivos estratégicos .....	10
1.2.4. Estrategia del negocio .....	11
1.2.5. Fuentes generadoras de la ventaja competitiva .....	11
1.3. Organigrama de la empresa .....	12
<b>CAPITULO II: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</b>	<b>13</b>
2.1. Realidad Problemática .....	13
2.1.1. Nacional.....	13
2.1.2. Local.....	15
2.2. Objetivo .....	16
2.2.1. Objetivo general .....	16
2.2.2. Objetivo específico .....	16
2.3. Antecedentes.....	16
2.3.1. Nacionales .....	16
2.3.2. Internacionales.....	17
<b>CAPITULO III: MARCO TEORICO .....</b>	<b>19</b>
3.1. Sistema de Costos.....	19
3.2. Sistemas de costos por órdenes de producción .....	20
3.2.1. Procedimiento para contabilizar los costos de los materiales.....	21
3.3. Contabilidad de Costos.....	22
3.4. Economía y Marketing.....	22
3.5. Determinación del Precio.....	23
3.5.1. Cálculo de Precio .....	24
<b>IV. METODOLOGIA.....</b>	<b>25</b>
4.1. Población .....	25

4.1.1	Marco muestral .....	26
4.1.3	Tipo de muestreo.....	26
4.2.	Controles Patrimoniales .....	28
<b>V SISTEMA DE COSTO .....</b>		<b>29</b>
5.1.	Implementación del Sistema de Costos.....	29
5.2.	Hoja de costos.....	34
5.3.	Comparación de los costos por plato al aplicar el sistema.....	35
5.4.	Determinación del Precio.....	36
5.5.	Estado de resultados .....	37
5.6.	Asientos contables .....	38
<b>CAPITULO VI: CONCLUSIONES.....</b>		<b>40</b>
<b>CAPITULO VII: REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS .....</b>		<b>41</b>

## INDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> organigrama de la empresa .....	12
<b>Figura 2</b> Estadística de producción subsector restaurantes: 2019-2022.....	15
<b>Figura 3</b> Carta del producto que ofrece .....	27
<b>Figura 4</b> Producto base de la empresa.....	31

**INDICE DE TABLAS**

<b>Tabla 1</b> Plan estratégico FODA.....	9
<b>Tabla 2</b> Productos que ofrece el establecimiento. ....	26
<b>Tabla 3</b> Activos de la empresa .....	28
<b>Tabla 4</b> Depreciación de activos de empresa .....	29
<b>Tabla 5</b> Compras de insumos (precio expresado en soles).....	30
<b>Tabla 6</b> Pollo a la brasa (precio expresado en soles) .....	32
<b>Tabla 7</b> Costos indirectos de fabricación (precio expresado en soles).....	32
<b>Tabla 8</b> Planilla de trabajadores.....	33
<b>Tabla 9</b> Estado de Costo de Producción mensual .....	34
<b>Tabla 10</b> Proyección al 50% de la capacidad .....	35
<b>Tabla 11</b> Costo unitario de producción diario de 200 pollo a la brasa .....	36
<b>Tabla 12</b> Comparación del precio .....	36
<b>Tabla 13</b> Estado de Resultados .....	37
<b>Tabla 14</b> Método directo .....	38
<b>Tabla 15</b> Por la adquisición de insumos (expresado en soles).....	38
<b>Tabla 16</b> Por la venta del producto (expresado en soles).....	39
<b>Tabla 17</b> Por la carga personal (expresado en soles).....	39

## **RESUMEN EJECUTIVO**

Nuestra investigación tiene como principal propósito efectuar un método de costos basado en la elaboración de platos producidos dentro de la Pollería Yopo”, para el mejoramiento de su gestión, ya que la entidad no contaba con un sistema donde les proporcione un control de costos y gastos, por lo que no tenían conocimiento del coste que incurren en la elaboración del plato principal; tomando en cuenta esta información, se ejecutó un método donde se consideró el incremento de las ventas y fidelizar al cliente con la calidad del servicio que oferta la empresa. La Pollería “Yopo,” ofrece su producto base el pollo a la brasa con una alta calidad gastronómica y un personal calificado para la atención, lo cual nos permite tener clientes recurrentes.

El método utilizado en esta investigación fue costos de producción, donde este permitió identificar los costos sobre la elaboración del producto final que es el pollo a la brasa, de esta manera se pudo conocer el verdadero margen de ganancia que este genera. Se realizó el reconocimiento de la planilla de los trabajadores con un costo de 6500 soles. El precio unitario obtenido para 1/4kg, 1/2kg y 1kg de pollo es de 10.40,20.80 y 41.60 soles respectivamente.

**PALABRAS CLAVES: IMPLEMENTACION, SISTEMA, COSTOS, PRODUCCION Y ELABORACION.**

## **INTRODUCCION**

Nuestro trabajo de investigación elabora una apropiada distribución de costos en la pollería “YOPO SAC”, restaurante localizado en Lince dentro de la ciudad de Lima. El documento cuenta con seis capítulos, la cual se mencionará uno por uno, el capítulo I realizamos una descripción de la pollería y su matriz de FODA, la cual nos permite analizar y plantear estrategias que ayude a llevar un buen control para brindar un servicio de calidad.

En el capítulo II se habla sobre la problemática de la empresa y se indican los objetivos generales y objetivos específicos, también se toma en referencia los antecedentes internacionales y nacionales las cuales nos sirven de sustento para implementar un método de costos interno en la pollería. En el capítulo III recopilamos información de los antecedentes y lo plasmamos en el marco teórico la cual influirá en nuestro trabajo de investigación y las decisiones de la empresa.

En el capítulo IV, se toma en cuenta la población de Lince, y se ejecuta el sistema de costos dentro de la pollería Yopo, la cual nos permite a través nuestra investigación la toma de decisiones para determinar los precios al público. En el capítulo V, implementamos un sistema de costos dentro la pollería y comparamos los periodos de los dos últimos años, aplicando los métodos de costos según lo producido, por lo que nos permite ver las utilidades o perdidas que obtendremos dentro de nuestro cierre contable lo cual se refleja en los estados financieros comparando la contabilidad anterior con la contabilidad actual.

Al culminar nuestra investigación presentamos las conclusiones y recomendaciones la cual permitirá a la pollería Yopo tomar decisiones, de acuerdo con el detalle de los resultados logrados y las mejoras de la empresa con el sistema de costo ejecutado.

## **CAPITULO I: DESCRIPCION DE LA EMPRESA**

### **1.1. Análisis de la empresa**

La entidad "Pollería Yopo", identificado comercialmente con el RUC 20605899286, con Dirección Legal Av. coronel José Leal Nro. 530, tiene como primordial actividad la venta de pollos a la brasa. La idea de negocio surge a fines del año 2019 donde en febrero del 2020 se constituye y tiene como representantes Gonzalo Bernal, Fernando Ikeda y Nicolas restrepo.

El establecimiento cuenta con un área de 200 metros cuadrados y con aforo de 60 personas, amplio estacionamiento para el área de reparto a domicilio, ubicado en una zona céntrica del distrito de Lince donde es una zona urbana para brindar servicio de alimento. Su principal plato de la empresa es el Pollo a la brasa, así mismo diferentes tipos de complementos como papas fritas y ensalada.

Realizando un análisis de la empresa se pudo constatar que el negocio carece y necesita de un método de costos, esto indica que la pollería no cuenta con el manejo adecuado para su gestión de costos y gastos, reflejando una información no clara sobre las ganancias y pérdidas dado que la empresa opera con un sistema contable basado en un Excel, éste se implementará para un buen manejo en las actividades.

### **1.2. Plan estratégico de la empresa**

Este apartado se examinará el entorno presente de la empresa y se propone estrategias para confrontar las amenazas y debilidades como entidad.

**Tabla 1**

*Plan estratégico FODA*

	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
	1. Imagen de la marca reconocida.	1. Bajo manejo publicitario
	2. Estilo y calidad del producto	2. Falta de criterio para manejar competencia
	3. Infraestructura ideal para el funcionamiento del negocio	3. No cuenta con estacionamiento para <i>Delivery</i> .
	4. Tiempo promedio de preparación de los productos.	4. Comida rápida afectando la salud de las personas (grasa)
	5. Alianza con empresa avícola.	
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>ESTRATEGIAS F-O</b>	<b>ESTRATEGIA D-O</b>
1. Diversificación de productos.	Aprovechar el reconocimiento del sabor y calidad del producto para llevarlo a diferentes partes de la ciudad.	Establecer un área de entrega de pedidos, de tal modo que el proceso sea más eficiente.
2. Nuevos nichos de negocio (expansión en otros distritos)		
3. Crecimiento en las ventas de pollos.		
4. Adquisición de nueva tecnología para el proceso de <i>Delivery</i> .		
<b>AMENAZAS</b>	<b>ESTRATEGIAS F-A</b>	<b>ESTRATEGIA D-A</b>
1. Tendencia de vida saludable	Mantener un servicio estandar y tiempo de entrega que es un punto fundamental para nuevas competencias en el mercado.	Enfoque en el área de marketing y publicidad.
2. Mercado con publicidad intensiva y competitiva (por redes sociales).		
3. No contar con un control interno.		

### **1.2.1. Visión**

“Ser reconocidos como la mejor pollería a nivel nacional por nuestra alta calidad y óptima atención, para la satisfacción de nuestros clientes.”

### **1.2.2. Misión**

“Brindar una prestación de calidad y un ambiente acogedor para la satisfacción de nuestros clientes y deleite gastronómico.”

### **1.2.3. Objetivos estratégicos**

Para lograr posicionarnos como una de las mejores pollerías a nivel nacional consideraremos los siguientes objetivos estratégicos:

- ✓ Alcanzar un posicionamiento en el mercado.
- ✓ Conservar la calidad del servicio a nuestros clientes.
- ✓ Extender el crecimiento de las ventas en un 5% anual.
- ✓ Crear alianzas comerciales.
- ✓ Capacitaciones constantes a nuestros colaboradores.
- ✓ El servicio de Delivery es rápido, incluida en las horas punta.

#### **1.2.4. Estrategia del negocio**

El sistema de costos que se ejecuta ayuda a la entidad a que sea más ordenada y organizada en el tema de los costos y gastos, por ello se registra cada insumo que se usa en la preparación de los alimentos que se oferta al público según sus procesos de producción, por lo que también se considerara el costo histórico. Además, en la planificación de las compras se considera lo siguiente:

- ✓ Registro de las compras realizadas para la elaboración del producto principal y llevar un control de acuerdo con sus costos históricos.
- ✓ Conservar nuestra calidad gastronómica, estandarizando las porciones al momento de servir el pollo a la brasa.
- ✓ Innovarnos tecnológicamente, a través de un aplicativo de pedido que lo utilizaremos para la atención de los consumidores en el local y delivery de acuerdo con su orden, brindaríamos una atención eficiente.

#### **1.2.5. Fuentes generadoras de la ventaja competitiva**

Buena atención al cliente: nuestros colaboradores deben brindar una atención amable y respetuosaa nuestros clientes.

Calidad del producto: La receta que se utilizara para la preparación, los identificaran de la competencia por su alta calidad gastronómica.

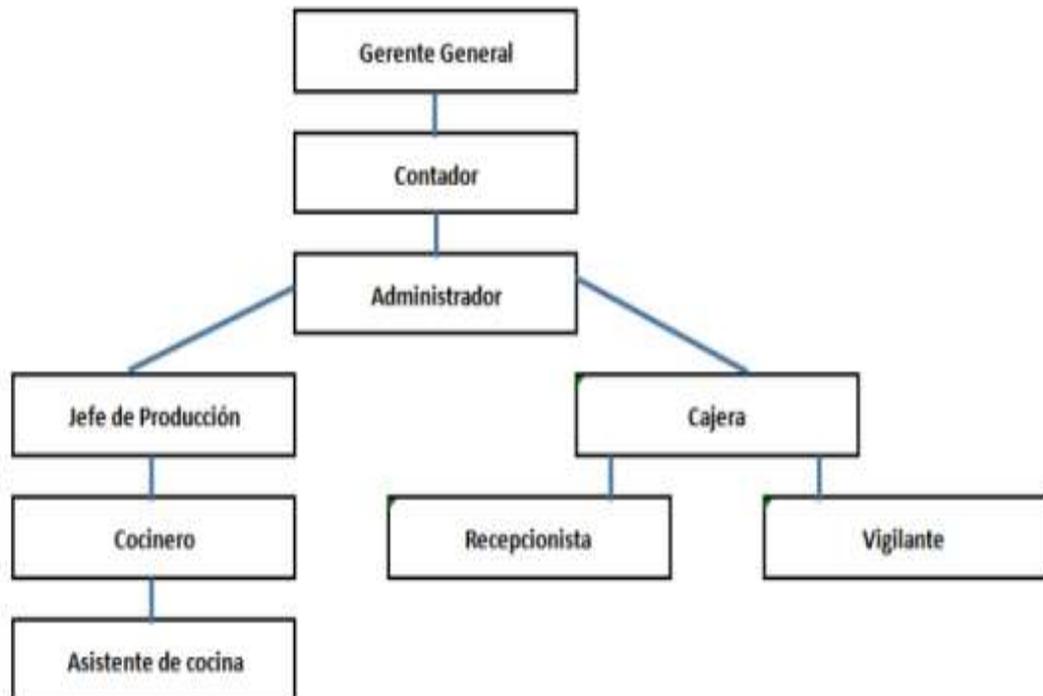
Ubicación: nuestra ubicación es el distrito de lince una zona concurrida y segura

para nuestros consumidores, en un futuro pensamos expandirnos en los diferentes distritos de Lima.

Competencia: estamos lidiando con grandes pollerías, pero nuestro valor agregado a conseguido la preferencia de nuestros clientes la cual nos permite mantenernos en el mercado.

### 1.3. Organigrama de la empresa

**Figura 1**  
Organigrama de la entidad



## **CAPITULO II: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **2.1. Realidad Problemática**

#### **2.1.1. Nacional**

En los años 90 en el Perú, surgieron migraciones en alto volumen en nuestra capital con el fin de encontrar mejores oportunidades, lo cual en el sector se inició principalmente por necesidad de emprender algún negocio, estos negocios se iniciaron de manera apresurada sin algún objetivo o visión que requiera la empresa. Año tras año estos emprendimientos fueron catalogados como pequeñas y medianas empresas operando de manera tradicional con solo el conocimiento de los trabajadores, cuando las empresas fueron formalizando, el estado comenzó de alguna manera a invertir en ellas, pero eso no ha sido suficiente para que estas logren el éxito esperado dado que las mismas empresas no llevan un control adecuado en sus procesos, por lo general en tiempos de crisis o referente a problemas financieros en una empresa, estos crean la necesidad de enfocarse en los costos que es la base para medir ganancias y pérdidas. Estos negocios carecen de conocimiento y de herramientas que los ayuden a medir ese tipo de información por lo que muchas empresas han sufrido bajas por el mal manejo de operaciones internas.

La panadería “Mi Luchito”, Mio (2021) no cuenta con un método de costos y no contralaban los gastos dentro de la panadería las cuales no le permitía tener utilidades, al implementarse un sistema de costos permitió tomar mejores decisiones en la empresa lo cual reduce aspecto negativo y

aumentan sus utilidades.

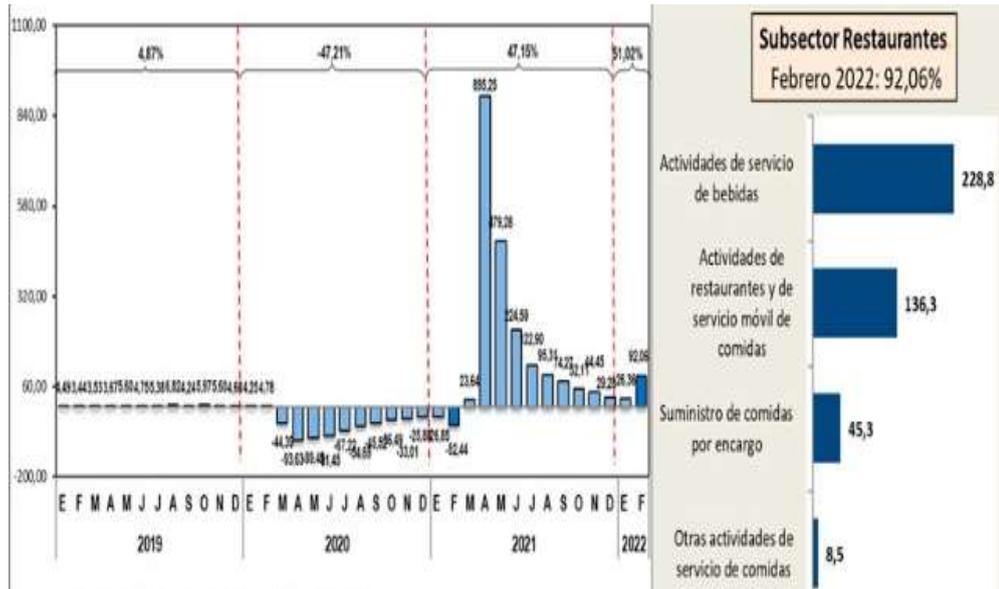
La panadería “Oriental S.R.L.”, Goñaz y Zevallos (2018) según la información brindada la panadería no tenía un método de costos adecuado, lo cual, analizando se determinó un método de costeo por procesos la cual permitió reducir costos y obtuvo resultados beneficiosos para la empresa ya que sus ingresos se incrementaron.

Esto nos conlleva a que todo negocio necesita de una buena gestión, muchas empresas en el Perú carecen de un sistema de costo para un buen control en sus procesos, a medida que pasan los años el aumento de negocios ha crecido, aún más en el sector gastronómico, y la necesidad de tener un control adecuado es vital para el crecimiento. Según INEI (2022) se registra un ascenso significativo en el sector de Restaurantes, donde el último año donde se realizó el análisis, el sector de restaurantes y *delivery* avanzó en 136.28 debido al mecanismo de actividades de pizzerías, comidas rápidas, restaurantes, entre otros.

Pérez (2017) tuvo como objetivo implementar un método de inspección interno para identificar las actividades financieras y contables de la empresa La Rosa náutica S.A, donde hace referencia la importancia de llevar la información correcta de la empresa, para que periódicamente esta pueda ser revisada y finalmente se toma una adecuada decisión.

Figura 2

Estadística de producción subsector restaurantes: 2019-2022



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática INEI

### 2.1.2. Local

La pollería Yopo, se crea por una idea de un grupo familiar, y actualmente requiere de un método de costos, la cual nos permitirá calcular el precio de acuerdo con la base de la experiencia del Administrador. La entidad debido al no contar con un registro completo de su producción genera gastos innecesarios, por ello en algunas ocasiones afecta al control interno de utilidades y pérdidas. Además, el impacto de ejecutar un método de costos se ve reflejado al disminuir los riesgos y tomar buenas decisiones.

Barrios (2017) en su trabajo de investigación indicó que la Panadería "San Juan" con contaba con un método de costeo donde le permitiera ver los costos verdaderos de acuerdo con las actividades, al carecer de una estructura correcta conlleva a un riesgo en el funcionamiento de la empresa. El autor aplicó un plan de costeo, donde le permitió reconocer los canales de costos y

actividades, permitiendo un control de recursos en la producción para un buen funcionamiento interno y mejores resultados.

## **2.2. Objetivo**

### **2.2.1. Objetivo general**

Realizar un método de costeo de producción para la pollería "YOPO", ubicado en la jurisdicción de lince en el año 2022.

### **2.2.2. Objetivo específico**

- ✓ Recopilar información de la pollería YOPO.
- ✓ Determinar el costo unitario por cada plato con y sin efectuar el método de costeo.
- ✓ Analizar la implementación del método de costo.

## **2.3. Antecedentes**

### **2.3.1. Nacionales**

Toro (2021), según investigación realizada por el autor se aplicó de sistema de costos ABC al restaurante La Cabaña SRL, obteniendo resultados favorables y una correcta distribución de los CIF, por lo que esto genero obtener una correcta fijación de los precios de productos vendidos. Recomienda una correcta implementación de los sistemas de costos ABC por los resultados obtenidos en dicha investigación teniendo mayores utilidades para la entidad.

La Torre (2020), el autor realiza una investigación al restaurante Don

Belisario y su objetivo era controlar el precio de suministros, por lo que se estableció un método de ERP (planificación de recursos empresariales) SAP, para así gestionar e incrementar las ventas y tener mayor rentabilidad. Dicha investigación tuvo resultados de una recuperación del 1.5% del costo de ventas con dicho sistema, por lo que el autor recomendó actualizar sus procedimientos de costos y técnicas de inventarios para cumplir su objetivo de rentabilidad.

Merino y Becerra (2019) diseñaron un método de costos en documentar cada servicio ofrecido en el restaurante ubicado en la provincia de Chiclayo, obteniendo un orden en todo el proceso de producción y mejorando un control de sus costos, por lo que se obtendría un equilibrio en las ventas y tendría mayor margen de utilidad, recomendó aplicar un sistema de costos la entidad para alcanzar sus objetivos en un futuro.

### **2.3.2. Internacionales**

Castillo (2021), los autores decidieron mejorar el sistema de costos en la empresa VIACRUZCA S.A. que brinda un servicio hotelero por lo que se trazaron como objetivo incrementar la rentabilidad. Al terminar dicha investigación los autores plantean una planificación administrativa permitiendo la ejecución correcta de un método de costos apto para la prestación que brindan, una mejor gestión logística y aplicar soluciones determinando correcto sistema de costos.

El Restaurante Hostal “El Paraíso Murillo”, Quinteros (2019), el autor realizó una investigación en Santiago de Cali, determinando que no tenía un

método de costos apropiado en el restaurante, por lo que recomendó llevar un registro de inventarios e efectuar un método de costo por orden de elaboración el cual ayudar a tener un mayor control y supervisión de la producción influirá en las ganancias adquiridas en el término de cada periodo, permitiendo a la empresa llegar a sus objetivos ya que el método de costos es un instrumento eficaz en el proceso producción e inspección de los costos de los insumos.

Novoa (2017), explica que hay una gran cantidad de empresas que tienen características similares, una de ellas es que no tienen implementado un método de costos adecuado que acceda a identificar correctamente los costos de cada actividad, provocando el desconocimiento de la verdadera utilidad o rentabilidad. En su mayoría estos trabajan de acuerdo con el ritmo de la competencia, en donde se basan en sus datos de dicha empresa.

## **CAPITULO III: MARCO TEORICO**

### **3.1. Sistema de Costos**

Los métodos de coste son los procedimientos que se emplean en la fabricación o elaboración de un producto final dentro de una entidad, se determina un registro y análisis de operaciones para evaluar resultados a corto plazo la cual conseguirá una utilidad a largo plazo del periodo. Meléndez y Espinoza (2018) afirman que un método de costos ejecutado en las actividades de una empresa determina un costo unitario y disminuye gastos de acuerdo con la necesidad de la empresa, además obtendría una mejor toma de decisión.

A sí mismo, Vásquez (2021) en su libro nos comenta sobre el método de costeo específico ya que es una de las herramientas que nos permite acumular los costos de producción de manera específica, es decir, para poner en marcha la producción de un lote de pedidos se necesita una hoja de orden de costeo con las características especificadas del producto por aquella persona que va a recibir el producto y/o servicios en algunos casos para ser almacenados

Por otro lado, podemos considerar al sistema de costos como una serie de procedimientos, que pueden ser, técnicos, contables o administrativos que posee una empresa para poder obtener o determinar el costo de su servicio o producto, de manera que este sistema es indispensable para una empresa. El sistema de costos tiene varios componentes, que sirven para fijar el precio total de un producto o prestación. A continuación, se detallará los componentes generales que toda empresa de tomar en cuenta a la hora de calcular sus costos.

- ✓ **Costos fijos**, se estima los costos que incurre dentro de una organización que no varía, estos vienen a ser gastos indispensables para la operatividad de una empresa. Partiendo desde ese concepto podemos decir que estos costos tienen un mismo valor independientemente del nivel de producción de una empresa, por lo tanto, estos costos no tienen una tendencia a variar, son costos fijos.
- ✓ **Costos variables**, estos costos son también conocidos como costos dependientes, ya que dependen de la actividad y movimiento de la empresa, estos costos a diferencias de los fijos tienen una tendencia a variar, entre los costos variables más habituales como los servicios básicos, internet, entre otros.
- ✓ **Costos directos**, este tipo de costos se vinculan directamente con el producto o servicio fabricado u ofrecido respectivamente, estos costos son indispensables ya que sin ellos no se puede concretar la fabricación del bien o servicio, el ejemplo más restante de este costo es la materia prima.
- ✓ **Costos indirectos**, estos costos se enlazan de manera indirecta al producto o servicio, o sea, no son adaptables a un producto específico.

### **3.2. Sistemas de costos por órdenes de producción**

Según, Lazo (2013) establece el precio unitario por producto y el almacenamiento de informes con anterioridad permite planificar la preparación del producto u organizar un servicio.

### **3.2.1. Procedimiento para contabilizar los costos de los materiales**

Para contabilizar los costos es necesario determinar lo siguiente. En primer lugar, el tipo de codificación de mano de obra con la función principal de la entidad, por ello la mano de obra indirecta se considera un gasto. En segundo lugar, la clasificación de la mano de obra como el empleo a jornal el cual está establecido por un horario sin sistemas de incentivos. En tercer lugar, las cargas sociales se consideran parte del costo de mano de obra directa e indirecta (Lazo, 2013).

### **3.2.2. Procedimientos para contabilizar los costos indirectos de fabricación**

Dicho costeo puede identificarse reconociendo todos los costos indirectos que intervienen en la producción. A continuación, se explica los módulos de aplicación disponibles (Lazo, 2013).

Unidades producidas.

$$Cargas\ fabriles\ unitarias = \frac{Importe\ mensual}{Cantidad\ de\ unidades\ procesadas}$$

Costo de materia prima.

$$\% \text{ resultante} = \frac{Cargas\ fabriles\ mensuales}{Materia\ prima\ consumida\ en\ el\ mes} * 100$$

A cada producto se aplica la participación obtenida del coste unitarios de la materia prima.

Mano de obra directa.

$$Tasa\ de\ asignacion = \frac{Cargas\ fabriles\ mensuales}{Jornales\ directos\ mensuales} * 100$$

$$TD = \frac{Costos\ spresupuestales\ del\ departamento\ de\ servicios}{Base\ elegida}$$

Donde:

TD: Tasa de distribución

### 3.3. Contabilidad de Costos

Dicha contabilidad tiene como finalidad ofrecer información fidedigna de los costos incididos en la adquisición de mercadería dentro de las organizaciones, tener esta información clara es de suma importancia porque le permite a la empresa poder establecer su margen de ganancia y precio de venta.

### 3.4. Economía y Marketing

En este apartado se definirá la economía por los siguientes autores. Por un lado, Albuquerque (2018) sustenta que nuestra sociedad se orienta de acuerdo con sus necesidades al momento de elegir un producto o servicio determinado por un contexto social, institucional, cultural, político y medioambiental. Por lo tanto, todos estos factores vienen unificando para una sola dirección que es el desarrollo económico y medioambiental, por lo que se establecen mercados competitivos de acuerdo con las actividades económicas.

Por otro lado, Reyes (2021), refiere dos grandes ramas dentro de la

economía: la macroeconomía (economía nacional y global) y microeconomía (es la elección de la sociedad de acuerdo con la influencia del gobierno y el mercado competitivo), por lo que podemos definir que la economía estudia la conducta de la población al elegir un consumo de bienes y servicio, de acuerdo a sus necesidades.

En cuanto al Marketing, Rodríguez (2020) mencionan el registro constantes cambios que se han visto dentro del enfoque del marketing, por lo que las entidades crean estrategias que les permitan llegar a las diferentes necesidades de los clientes y de acuerdo con el rubro de su negocio. Por lo que se enfocan en las necesidades y establecer una fidelización del consumidor final, de acuerdo con el posicionamiento de una marca establecida.

Además, Lozano (2021) afirman la importancia del uso de herramientas tecnológicas para un mejor posicionamiento dentro del mercado consumista y así generar mayores ganancias. Se resalta que las entidades deben aprovechar esa gran masa de consumidores debido a las tendencias de las redes sociales y posicionarse en el mercado y generando mayores ganancias.

### **3.5. Determinación del Precio**

Rogel (2018) para fijar el importe de un producto para la venta del

consumidor final depende principalmente del vendedor directo, en cuanto al precio de venta por parte del fabricante o de quien elabora el producto depende de los gastos y costos que este implica, además del margen de ganancia requerido o posible según el mercado.

La determinación del precio depende también del tipo de empresa que lo establezca, en el caso de empresas industriales, el precio se determina de una manera más compleja ya que primero se debe establecer el costo con una fórmula que integra costos que incurren, entre otros. Sin embargo, en una empresa comercial, la determinación del precio termina siendo más sencilla, ya que el cálculo de costos solo incluye el costo con el que se adquiere el producto, más el beneficio que se ansía alcanzar.

### **3.5.1. Cálculo de Precio**

Para determinar el cálculo del precio de nuestro producto tendremos en cuenta todos los costos y gastos de producción, administrativo y ventas, con esta base podremos tener una proyección del costo final de nuestro producto y así ofrecerlo al público.

#### **IV. METODOLOGIA**

Nuestra investigación se desarrolla con un enfoque cuantitativo y no empírico.

Para alcanzar los objetivos planteados, se establece los siguientes subprocesos.

- ✓ Recopilar información de la pollería YOPO.
- ✓ Determinar el coste de mano de obra
- ✓ Determinar el coste de la materia prima
- ✓ Determinar los costos indirectos
- ✓ Determinar el costo unitario por cada plato implementando el sistema de coste.
- ✓ Analizar la implementación del método de coste.

##### **4.1. Población**

Gallardo (2017) argumenta que la población es una generalidad de un acontecimiento que posee elementos analíticos, por lo que incorporan el mencionado fenómeno y que se puede calcular y así establecer la investigación asimilando al grupo de entidades que intervienen de una cualidad específica dentro de la población, al construir un conjunto agregado de un estudio o investigación.

La investigación toma como población a los habitantes del distrito de lince compuesta por el producto que ofrece la pollería Yopo.

#### 4.1.1 Marco muestral

Para determinar el producto principal nos basamos en la demanda y preferencias de los clientes recurrentes, por ello se ha seleccionado tres variantes.

**Tabla 2**

*Productos que ofrece el establecimiento.*

PRODUCTO	¼ POLLO	½ POLLO	1 POLLO
CANTIDAD DE PLATOS	120	140	100

#### 4.1.2 Muestra

Dentro de la investigación se lleva a cabo los procedimientos para recopilar la información de los habitantes del distrito de lince por lo que se tomara en cuenta las encuestas realizadas a habitantes así logramos resultados probables. Por lo que este proceso nos da parámetros estimados de la distribución de nuestro producto base.

#### 4.1.3 Tipo de muestreo

Las técnicas de muestreo utilizadas en esta investigación, se basó en las preferencias y demanda del producto en la pollería. Se determina por un conjunto de intereses de una población determinando de acuerdo con su preferencia.

**Figura 3**  
Carta del producto que ofrece



#### 4.1.4. Técnicas e Instrumentos

La Técnica son procedimientos que nos ayudan a tener una mejor información al investigar y tener mejor claridad del objeto o sujeto. El Instrumento es la herramienta que se usa al investigar y anotar la información mediante los diferentes métodos como son los cuestionarios, exámenes, encuestas, y listas de *check*.

- a) Encuesta: Este método nos permitirá una eficaz recolección de datos

mediante la visualización, de esta manera conseguiremos información real que nos ayudará luego trabajar en dichos aspectos recolectados

- b) Entrevista: es una técnica para recolectar la información de manera minuciosa, esta será una excelente herramienta que nos permitirá anotar elementos claves, establece objetivos concretos y hacer todo tipo de preguntas que necesitemos para nuestro trabajo.

#### 4.2. Controles Patrimoniales

Distribución de bienes y utensilios representados con códigos que se muestra en el siguiente cuadro.

**Tabla 3**  
Activos de la empresa

CODIGO	ACTIVO
A001	HORNO
A002	FREIDORA
A003	REFRIGERADORA
A004	CONGELADORA
A005	LICUADORA
A006	MICRONDAS
A007	COCINA

**Tabla 4**  
Depreciación de activos de empresa

IME	PRECIO+IGV	PRECIO-IGV	VIDA UTIL	DEP ANUAL	DEP MENSUAL
HORNO	10,600.00	8,983.05	20	449.15	37.43
FREIDORA	1,452.44	1,230.88	10	123.08	10.26
REFRIGERADORA	4,999.00	4,236.44	10	423.64	35.30
CONGELADORA	3,099.00	2,626.27	5	525.25	43.77
LICUADORA	369.00	312.71	3	104.24	8.69
MICRONDAS	289.00	244.92	5	48.98	4.08
COCINA	2,129.00	1,804.24	8	225.53	18.79
<b>TOTAL</b>	<b>22,937.44</b>	<b>19,438.51</b>		<b>1,899.87</b>	<b>158.32</b>

## V. SISTEMA DE COSTO

### 5.1. Implementación del Sistema de Costos

Según, análisis realizado en nuestra investigación, nos permitió evaluar a la pollería Yopo, donde se calculó los precios de venta de su producto base el pollo a la brasa, dicho análisis tomamos en cuanto al implementar y aplicar método de costos de producción, donde nos permitirá identificar los costos reales para el desarrollo de la empresa.

Este sistema proporciona características de trabajos propios; asignando los costos a un lote de productos que pueden darse por un pedido del cliente. Así mismo, este proceso ayudará a que la empresa pueda identificar con mayor precisión los costos incurridos y a su vez determinar su margen de ganancia dentro de la empresa.

#### 5.1.1. Descripción del producto

La pollería “Yopo” ofrece como plato principal el pollo a la Brasa, se puede añadir una ensalada (lechuga, tomate, zanahoria rayada y salsa vinagreta) y dos variedades

de papas: papas fritas tradicionales y nativas.

El consumidor podrá optar hasta tres tipos de Pollo a la Brasa: el plato de  $\frac{1}{4}$  de Pollo,  $\frac{1}{2}$  Pollo y 1 Pollo entero. Cuando el platillo se ejecuta dentro del establecimiento, se emplearán platos de loza y cubiertos de metal, y cuando sea de manera Delivery o “Para Llevar” se manipularán moderadores biodegradables, para comprimir la contaminación ambiental y ser una entidad eco amigable.

### 5.1.2. Costos para la fabricación del pollo a la brasa

Según la tabla 5, nos refleja las compras diarias para la elaboración de pollo a la brasa.

**Tabla 5**  
Compras de insumos (precio expresado en soles)

<b>COMPRAS DE INSUMOS</b>				
<b>PRODUCTO</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO (S/.)</b>	<b>PRECIO TOTAL (S/.)</b>
Pollo	Kg.	1840	S/. 7.00	S/. 12,880.00
Papa	Kg.	250	S/. 2.50	S/. 625.00
Tomate	Kg.	30	S/. 2.00	S/. 60.00
Lechuga	Unidades	20	S/. 1.00	S/. 20.00
Zanahoria	Kg.	30	S/. 1.20	S/. 36.00
Aderezo				S/. 50.00
Aceite	Lt.	10	S/. 10.00	S/. 100.00
carbón	Kg.	20	S/. 17.50	S/. 350.00
<b>TOTAL</b>				<b>S/. 14,121.00</b>

### 5.1.3. Descripción del proceso de elaboración “Pollo a la Brasa”

Recepción de los productos: este colaborador debe cumplir con las reglas de higiene y deben estar correctamente uniformada. El pollo, papas y verduras

debe estar en buen estado.

Almacenamiento: se debe almacenar los alimentos de manera adecuada, ser clasificado, codificado y con su fecha correspondiente de entrada para su fácil ubicación y detección.

Procesado: el pollo será horneado, las papas cortadas y fritas, la ensalada (lechuga, tomate, pepino, etc.) deben ser lavadas, picadas y combinadas.

Lista para su consumo.

**Figura 4**  
Producto base de la empresa



#### **5.1.4. Asignación de costos de materia prima**

La siguiente tabla 6, identifica el producto que fue elegido para la muestra.

**Tabla 6**  
Pollo a la brasa (precio expresado en soles)

<b>COMPRAS DE INSUMOS</b>								
<b>PRODUCTO</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO (S/.)</b>	<b>COSTO TOTAL (S/.)</b>	<b>PESO NETO</b>	<b>MERMA</b>	<b>% DE RENDIMIENTO</b>	<b>% DE MERMA</b>
Pollo	Kg.	1840	S/. 7.00	S/. 12,880.00	1268	432	76.5 %	23.5 %
Papa Blanca	Kg.	250	S/. 2.50	S/. 625.00	212.50	37.5	85%	15
Tomate	Kg.	30	S/. 2.00	S/. 60.00	28.5	1.5	95%	5
Lechuga	Unidades	20	S/. 1.00	S/. 20.00	15	5	75	25
Zanahoria Rayada	Kg.	30	S/. 1.20	S/. 36.00	28.5	1.5	95%	5%
Aderezo	Unidades	1082	S/.0.05	S/. 50.00	1082	0	100%	0
Aceite	Lt.	10	S/.10.00	S/. 100.00	10	0	100%	0
carbón	Kg.	20	S/. 7.50	S/. 350.00	20	0	100%	0
<b>TOTAL</b>				<b>S/. 14,121.00</b>				

### 5.1.5. Asignación de costos indirectos de fabricación

En la tabla 7, se identifica todos los costos indirectos incurridos en la elaboración del plato principal.

**Tabla 7**  
Costos indirectos de fabricación (precio expresado en soles)

<b>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION</b>	
<b>CONCEPTO</b>	<b>MONTO (S/.)</b>
Servicios básicos	S/. 700.00
Gas	S/. 100.00
Mantenimiento	S/. 250.00
Depreciación	S/. 158.32
Útiles de limpieza	S/. 200.00
Utensilios descartables	S/. 150.00
Alquiler	s/. 1,500.00
<b>TOTAL</b>	<b>S/. 3,058.32</b>

**5.1.6.**  
**Asignación de costo de Mano de obra**  
A continuación,

elaboramos la planilla de trabajadores.

**Tabla 8**  
Planilla de trabajadores

Concepto	Remuneración Bruta	Aporte Empleador			Aporte trabajador			Bonificación	Remuneración Neta
		Gratificación	Asignación Familiar	ESSALUD	ONP	Adelanto de sueldos	AFP		
cocinero	1,200.00	200.00		108.00	156.00			0	1,044.00
asistente de cocina	1,000.00	166.67		90.00	130.00			0	870.00
asistente de cocina	1,000.00	166.67	102.50	90.00	130.00			0	972.50
gestión de calidad	1,150.00	191.67		103.50			146.05	0	1,150.00
administrador	2,500.00	416.67	102.50	225.00			317.50		2,602.50
contador	2,250.00	375.00		202.50			285.75		2,250.00
vigilante	1,000.00	166.67	102.50	90.00	130.00				972.50
recepcionista	1,000.00	166.67		90.00	130.00				870.00
mesero	1,000.00	166.67		90.00	130.00				870.00
mesero	1,000.00	166.67	102.50	90.00			127.00		1,102.50
cajero	1,000.00	166.67		90.00			127.00	0	1,000.00
<b>TOTAL</b>	<b>6,500.00</b>	<b>2,350.00</b>	<b>410.00</b>	<b>1,269.00</b>	<b>806.00</b>	<b>0</b>	<b>1,003.30</b>	<b>0</b>	<b>13,704.00</b>

## 5.2. Hoja de costos

A continuación, la *Tabla N°9*, se identifica todos los costos utilizados para establecer el costo total mensual en la elaboración del principal a producir.

**Tabla 9**

Estado de Costo de Producción mensual

<b>ESTADO DE COSTO DE PRODUCCIÓN</b>			
	<b>FIJO</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>TOTAL</b>
<b>MPD</b>		<b>408,630.00</b>	<b>408,630.00</b>
Pollos		386,400.00	
Papas		18,750.00	
Lechugas		600.00	
Tomates		1,800.00	
Zanahorias		1,080.00	
Carbón		10,500.00	
Aderezo		1,500.00	
Aceite		3,000.00	
<b>MOD</b>	<b>4,350.00</b>		<b>4,350.00</b>
Cocinero	1,200.00		
Asistente (2 personas)	2,000.00		
Gestión de calidad	1,150.00		
<b>CIF</b>	<b>1,908.32</b>	<b>1,150.00</b>	<b>3,058.32</b>
Servicio Básicos		700.00	
Gas		100.00	
Mantenimiento	250.00		
Depreciación	158.32		
Útiles de limpieza útiles descartable		200.00 150.00	
Alquiler	1,500.00		
<b>GA</b>	<b>4,750.00</b>		<b>4,750.00</b>
Administrador	2,500.00		
Contador vigilante	2,250.00 1,000.00		
<b>GV</b>	<b>4,400.00</b>		<b>4,400.00</b>
Cajero	1,000.00		
Mesero (2 personas)	2,000.00		
Recepcionista	1,000.00		
Internet	150.00		
Publicidad	250.00		
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN (MENSUAL)</b>			<b>425,188.32</b>

### 5.3. Comparación de los costos por plato al aplicar el sistema

Según tabla 10, se observa la comparación del antes y después de emplear el método de costos de producción, la cual se observa que al aplicar este sistema hubo un incremento en su utilidad operativa.

**Tabla 10**  
Proyección al 50% de la capacidad

COMPARACION DE COSTOS						
	1/4 de pollo		1/2 de pollo		1 pollo entero	
	2021	2022	2021	2022	2021	2022
UNIDADES	3600	6000	4200	7000	3000	5000
VALOR DE VENTA	15.5	17	30	32	55	63
<b>VENTAS</b>	<b>55800</b>	<b>102000</b>	<b>126000</b>	<b>224000</b>	<b>165000</b>	<b>315000</b>
COSTOS DE VENTAS	-51248.88	-62400.00	-120347.64	-145600.00	-158617.50	-208000.00
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>4551.12</b>	<b>39600.00</b>	<b>5652.36</b>	<b>78400.00</b>	<b>6382.50</b>	<b>107000.00</b>
UTILIDAD BRUTA (%)	8.16	38.82	4.49	4.49	3.87	3.87
GASTOS OPERATIVOS	-2290.3	-3790.3	-4545.99	-7096.31	-6255.14	-9513.39
Gastos administrativos						
Gastos de venta						
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>2260.82</b>	<b>35809.70</b>	<b>1106.37</b>	<b>71303.69</b>	<b>127.36</b>	<b>97486.61</b>
UTILIDAD OPERATIVA (%)	4.05	35.11	0.88	31.83	0.08	30.95

#### 5.4. Determinación del Precio

Los costos unitarios del  $\frac{1}{4}$  kg,  $\frac{1}{2}$  kg y 1 kg son 10.40, 20.80 y 41.60 soles respectivamente.

**Tabla 11**

Costo unitario de elaboración diario de 200 pollos a la brasa

VARIANTES	1/4 de pollo	1/2 de pollo	1 pollo
<b>COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN DIARIO</b>	<b>10.40</b>	<b>20.80</b>	<b>41.60</b>

**Tabla 12**

Comparación del precio

PRODUCTO	PRECIOS AL APLICAR EL SISTEMA			PRECIO SEGÚN LA EMPRESA		
	VALOR DE VENTA (S/.)	IGV (S/.)	PRECIA VENTA (S/.)	VALOR DE VENTA (S/.)	IGV (S/.)	PRECIA VENTA (S/.)
<b>¼ DE POLLO</b>	S/. 14.41	S/. 2.59	S/. 17.00	S/. 13.14	S/. 2.36	S/. 15.50
<b>½ DE POLLO</b>	S/. 27.12	S/. 4.88	S/. 32.00	S/. 25.42	S/. 4.58	S/. 30.00
<b>1 POLLO</b>	S/. 53.39	S/. 9.61	S/. 63.00	S/. 46.61	S/. 8.39	S/. 55.00
<b>TOTAL</b>	<b>S/. 94.92</b>	<b>S/. 17.08</b>	<b>S/. 112.00</b>	<b>S/. 85.17</b>	<b>S/. 15.33</b>	<b>S/. 100.50</b>

## 5.5. Estado de resultados

A continuación, la *Tabla N°7* muestra el costo variables y fijos de la elaboración de 200 pollos a la brasa.

**Tabla 13**  
Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS										
	1/4 de pollo			1/2 de pollo			1 pollo entero			TOTALES
	FIJOS	VARIABLES	TOTAL	FIJOS	VARIABLES	TOTAL	FIJOS	VARIABLES	TOTAL	
UNIDADES			6000			7000			5000	
VALOR DE VENTA			17			32			63	
<b>VENTAS</b>			<b>102000</b>			<b>224000</b>			<b>315000</b>	<b>641000</b>
<b>COSTOS DE VENTAS</b>			-62405.75			-145613.41			-208019.16	-416038.32
<b>UTILIDAD BRUTA</b>			<b>39594.25</b>			<b>78386.59</b>			<b>106980.84</b>	<b>224961.68</b>
<b>UTILIDAD BRUTA (%)</b>			18%			35%			48%	
<b>GASTOS OPERATIVOS</b>	<b>1372.50</b>	<b>105.00</b>	<b>-1477.50</b>	<b>3202.50</b>	<b>245.00</b>	<b>-3447.50</b>	<b>4575.00</b>	<b>350.00</b>	<b>-4925.00</b>	<b>-9850.00</b>
<b>Gastos administrativos</b>	<b>712.50</b>			<b>1662.50</b>			<b>2375.00</b>			
Servicios básicos		52.50			122.50			175.00		
<b>Gastos de venta</b>	<b>660.00</b>			<b>1540.00</b>			<b>2200.00</b>			
Servicios básicos		52.50			122.50			175.00		
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>			<b>38116.75</b>			<b>74939.09</b>			<b>102055.84</b>	<b>215111.68</b>

**Tabla 14**

Método directo

<b>PROMOCIÓN POR USAR: 3x2 - Método directo</b>	
Pollos	
Ventas	641000
CF	-16400.00
MC	636747.32
MC (%)	99.34

## 5.6. Asientos contables

**Tabla 15**

Por la adquisición de insumos (expresado en soles)

<b>CUENTA</b>	<b>DETALLE</b>	<b>DEBE</b>	<b>HABER</b>
602	Materia prima	346,296.61	
603	Materiales auxiliares y suministros	296.61	
40	Tributos contraprestación y aportes por pagar	62,386.78	
42	Cuentas por cobrar comerciales		408,980.00
<b>x/x Por la compra de materia prima para la preparación del pollo a la brasa</b>			
24	Materia prima	346,296.61	
25	Materiales auxiliares y suministros	296.61	
61	Variación de existencia		346,593.22
<b>x/x Por el ingreso de materia en el almacén</b>			
61	Variación de existencia	346,593.22	
24	Materia prima		346,296.61
25	Materiales auxiliares y suministros		296.61
<b>x/x Por la salida de la materia prima</b>			
92	Costo de producción	346,296.61	
95	Gasto de venta	296.61	
79	Cargas imputables a cuentas de costos y gastos		346,593.22
<b>x/x Por el consumo de materia prima</b>			
63	Servicios prestados por terceros	3,771.19	
634	Mantenimiento		
635	Alquileres		
6361	Energía eléctrica		
6362	Gas		
6363	Agua		
6365	Internet		
6371	Publicidad		
635	Alquileres		
40	Tributos contraprestación y aportes por pagar	678.81	
46	Cuentas por pagar diversas		4,450.00
<b>x/x Por la provisión de los gastos por servicio de tercera</b>			
92	Costo de producción	3,409.33	
95	Gasto de venta	361.86	
79	Cargas imputables a cuentas de costos y gastos		3,771.19
<b>x/x Por el destino de los gastos</b>			
<b>TOTAL</b>		<b>1,456,980.85</b>	<b>1,456,980.85</b>

**Tabla 16**

Por la venta del producto (expresado en soles)

CUENTA	DETALLE	DEBE	HABER
12	Cuentas por cobrar comerciales	641,000.00	
121	Facturas por cobrar		
40	Tributos contraprestación y aportes por pagar		97,779.66
70	Ventas		543,220.34
<b>x/x Por la venta de productos terminados</b>			
10	Efectivo y equivalente de efectivo	641,000.00	
12	Cuentas por cobrar comerciales		641,000.00
<b>x/x Por el cobro de la venta</b>			
<b>TOTAL</b>		<b>1,282,000.00</b>	<b>1,282,000.00</b>

**Tabla 17**

Por la carga personal (expresado en soles)

CUENTA	DETALLE	DEBE	HABER
62	Gastos de personal y directores	13,704.00	
6211	Sueldo y salarios		
627	Seguridad previsión social y otras contribuciones		
6271	Régimen de prestaciones de salud		
40	Tributos contraprestación y aportes por pagar		3,078.30
4031	ESSALUD		
4032	ONP		
41	Remuneraciones por pagar		10,625.70
4111	Sueldos por pagar		
417	Administradoras de fondos de pensiones		
4171	AFP		
<b>x/x Por la provisión del asiento de planilla</b>			
94	Gastos administrativos	6,852.00	
95	Gasto de venta	6,852.00	
79	Cargas imputables a cuentas de costos y gastos		13,704.00
<b>x/x Por el destino del gasto del asiento de planilla</b>			
<b>TOTAL</b>		<b>27,408.00</b>	<b>27,408.00</b>

## **CAPITULO VI: CONCLUSIONES**

- ✓ El pollo a la brasa genera una utilidad mensual de 3500 soles aproximadamente. Además, se debe tener en cuenta el tiempo de cocción del pollo a la brasa según las preferencias de los clientes.
- ✓ El costo unitario para el pollo a la brasa de 1/4kg, 1/2kg y 1 kg debido a que no se lleva registro no se establecía un costo unitario. Sin embargo, al implementar el método de costos se obtiene para 1/4kg por un valor de 10.40 soles, para 1/2kg de 20.80 soles y para 1 kg de 41.60 soles.
- ✓ Podemos concluir que la implementación de costos ha permitido tener una información fidedigna del producto a ofrecer, la pollería Yopo tomara mejores decisiones a futuro. Además, se observó la reducción de costos por cada plato analizado.

## **RECOMENDACIONES**

- ✓ Se recomienda mantener un modelo de sistema de costo, ya que esta herramienta permitirá un seguimiento constante para medir si la empresa está logrando los resultados esperados.
- ✓ Se recomienda que la empresa tenga un control interno (auditoria), mínimo cada tres meses para evaluar el funcionamiento de los recursos económicos, revisar rentabilidad de las ventas de la empresa "Pollería Yopo."
- ✓ Se recomienda implementar un software de información contable, eso permitirá sistematizar todas las operaciones de la empresa y así tener un control de los ingresos.
- ✓ Se recomienda un método de control de inventarios, ya que de esta manera se pueda conocer con exactitud el control de stock de insumos y productos, también codificarlos para tener un control de calidad.

**CAPITULO VII: REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS**

1. *La torre Montalvo, E. E. (2020). Implementación de un plan de revisión de costos de insumos del menú para identificar incrementos del costo de ventas de un restaurante (lima-Perú) [tesis para obtener el título profesional, Universidad Nacional de San Ignacio de Loyola], recuperado en línea de: <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/adba547e-bed9-4581-9896-2b348b4e4bbd/content>*
  
2. *Becerra Menayay, P. L. y Merino Coronel, M. J. (2019). Propuesta de diseño de un sistema de costos por órdenes de producción para mejorar la toma de decisiones de las empresas del sector restaurantes de la ciudad de Chiclayo [tesis para el bachiller, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo], recuperado en línea de: <https://repositorio.unprq.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/4846/BC-TEST-3632%20BECERRA%20MANAYAY-MERINO%20CORONEL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>*
  
3. *Toro Fernández, M. L. (2021). Sistema de costos ABC y su incidencia en la fijación de precios del restaurante la cabaña, 2019 [para optar el título profesional, Universidad señor de Sipán], recuperado en línea de: <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/8457/Toro%20Fern%C3%A1ndez%20Mar%C3%ADa%20Leonor.pdf?sequence=1>*
  
4. *Murillo Acosta, I. y Quinteros Arce, Yuleidy (2019). Diseño de una herramienta de costos por órdenes de producción para el restaurante y hostel el paraíso- Santiago de Cali [para optar el título profesional, Universidad Autónoma de occidente], recuperado en línea: <https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/10950/T084%2096.pdf;jsessionid=97F86561854B68ECDDDB6404F52EAA278?sequence=6>*

5. Castillo García, P. G., López Pico, L. K., y Sánchez Arteaga, A. (2021). *Gestión de costo para mejorar la rentabilidad de los servicios brindados por la empresa VIACRUZCA S.A. de la ciudad de manta-Ecuador*, *Revista Científica Arbitrada de Investigación en Comunicación, Marketing y Empresa*, 4(8), (2737-6354),  
<https://reicomunicar.org/index.php/reicomunicar/article/view/38/78>
6. Rodríguez, M. T., Pineda D.Y., y Castro, C. (2020). *Tendencias del marketing moderno, una revisión teórica*, *Revista ESPACIOS*, 41(27), (306-317):  
<https://www.revistaespacios.com/a20v41n27/a20v41n27p26.pdf>
7. Lozano, Toro y Calderón (2021). *“El marketing digital: herramientas y tendencias actuales”*:  
<file:///C:/Users/ECONOMIA/Downloads/Dialnet-ElMarketingDigital-8383788.pdf>
8. Rojas (2007). *“Sistemas de costos un proceso para su implementación”*, *Universidad Nacional de Colombia sede Manizales*, 1era edición, pp. 31-40.
9. Goñaz del Águila y Zevallos Vásquez (2018). *“Determinación de un sistema de costos por procesos para mejorar la rentabilidad en la empresa Panadería Oriental S.R.L.”*:  
<http://repositorio.ucp.edu.pe/bitstream/handle/UCP/470/GO%C3%91AZ-ZEVALLOS-1-Trabajo-Determinaci%C3%B3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
10. Mio Llacsahuanga (2021). *“sistema de costos para incrementar las utilidades en la panadería Mi Luchito”*:  
<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/8436/M%C3%ADo%20Llacsahuanga%20Hering%20Yovani.pdf?sequence=1&isAllowed=y>