

**UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y CONTABLES
ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**



TESIS

**Sistema de costeo estándar y su efectividad en el control
de los restaurants de comidas típicas en la **provincia**
de Chanchamayo, periodo 2019**

Para optar el título profesional de:

Contador Público

**Autores: Bach. Edinson DIAZ HUAMAN
Bach. Nelly Rosmeri HUARIPATA HIDALGO**

Asesor: Dr. Terencio ROBLES ATENCIO

Cerro de Pasco – Perú - 2019

**UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y CONTABLES
ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**



TESIS

**Sistema de costeo estándar y su efectividad en el control
de los restaurants de comidas típicas en la **provincia**
de Chanchamayo, periodo 2019**

Sustentada y aprobada ante los miembros del jurado:

Dr. Ladislao ESPINOZA GUADALUPE

PRESIDENTE

Mg. Inés VIZA PUCLLAS

MIEMBRO

Mg. Carlos D. BERNARLDO FAUSTINO

MIEMBRO

DEDICATORIA

A Dios, por permitirnos llegar a este momento tan especial en nuestras vidas y habernos dado salud para lograr nuestros objetivos.

A la memoria de nuestros padres: porque encaminaron nuestras vidas con sus sabios consejos y enseñanzas.

RECONOCIMIENTO

Expresar nuestro profundo reconocimiento, a nuestra alma mater, a nuestras autoridades y distinguidos **profesores de la Escuela de Formación Profesional de Contabilidad** de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, cuyos conocimientos impartidos han orientado nuestra formación profesional.

Nuestro eterno reconocimiento, agradecimiento y gratitud al asesor de tesis **Dr. Terencio Robles Atencio** y a los distinguidos miembros del jurado calificador: **Dr. Ladislao Espinoza Guadalupe, Mg. Inés Viza Puellas y Mg. Carlos D. Bernaldo Faustino**; por compartir sus experiencias y por los consejos recibidos para el desarrollo y culminación de la presente tesis.

RESUMEN

La investigación desarrollada está referida a la necesidad de implementar a un sistema de costeo estándar con la finalidad de optimizar su efectividad en el control de costos de los restaurants de comidas típicas en la provincia de Chanchamayo, dichos establecimientos adolecen de mecanismos de control para las diversas operaciones que realizan, por lo tanto cuando se van a realizar evaluaciones sobre los resultados de gestión de un período determinado, se encuentran problemas financieros, económicos, administrativos y otros; que afectan a las organizaciones de este tipo y que impiden que puedan obtener resultados favorables.

La investigación desarrollada tuvo como objetivo: Determinar si el sistema de costeo estándar tiene efectividad en el control de costos de los restaurants de comidas típicas en la provincia de Chanchamayo.

Asimismo, la tesis es de tipo descriptiva y aplicada, pues se analizó la información teórica y doctrinaria existente sobre el tema planteado y se aplicó un instrumento (encuesta) a fin de obtener información directa sobre las personas involucradas en la problemática planteada; la misma que fue ingresada y tabulada estadísticamente para analizar la información y presentarla en el Capítulo IV: Resultados.

Finalmente, se pudo concluir que efectivamente el sistema de costeo estándar influye en el control de costos de los restaurants de comidas típicas en la provincia de Chanchamayo a través de sus técnicas, procedimientos y todos sus mecanismos a fin de detectar los errores que se cometen y aplicar las medidas correctivas o preventivas para mejorar la situación actual de estas organizaciones.

Palabras claves: Sistema de costeo estándar, restaurants, control de costos

ABSTRACT

The research carried out is referred to the need to implement a standard costing system with the finally of to optimize its effectiveness in cost control of the restaurant the typical meals on the province Chanchamayo, said establishments suffer from control mechanisms for the various operations they perform, so when evaluations will be performed on the results of management of a given period are financial, economic, administrative and others affecting such organizations and prevent them to get favorable results.

The research objective was developed: To determine if the standard costing system it has cost control effectiveness of the restaurant the typical meals on the province Chanchamayo.

Also, research was descriptive and applied, as discussed theoretical and doctrinal information existing on the issue raised and applied an instrument (survey) to obtain direct information about the people involved in the issues raised, the same as was entered and tabulated statistically to analyze the information and present results in the field.

Finally it was concluded that the standard costing system influences in the cost control of the restaurant the typical meals on the province Chanchamayo, through its techniques, procedures and all its mechanisms to detect errors committed and implement corrective or preventive measures for improve the current situation of these organizations.

Keywords: Standard costing system, restaurant, costs control.

INTRODUCCIÓN

La actividad del servicio de restaurant es una actividad de servicio turístico de venta de servicios de gastronomía, fundamentalmente que tiene características generales, económicas y financieras especiales que la diferencian de otras actividades económicas. Algunas de las características generales de este sector son la gran diversidad y complejidad, rigidez de la oferta, condicionamiento a factores exógenos y demanda elástica.

El presente trabajo de investigación, se circunscribe en los temas de contabilidad de costos, sobre los sistemas de costeo en la actividad de servicio y el control de costos para medir el rendimiento de los establecimientos de restaurants, constituye un estudio valioso para los gestores y propietarios de dichos establecimientos. Es importante que ellos tomen las decisiones técnicamente con el uso de la información de la contabilidad de costos para una gerencia adecuada de estos establecimientos.

Para llegar a solucionar la problemática, el trabajo de investigación se ha desarrollado en cuatro capítulos.

Primer Capítulo, hemos considerado la problemática de la investigación, la cual nos ha permitido identificar las principales limitaciones y la problemática respecto al sistema de costo estándar y su efectividad en el control de costos; asimismo se plantean el problema principal y específicos; se indican los objetivos de la investigación, para luego exponer los motivos que justifican su realización y su importancia; además las limitaciones que hemos encontrado en el proceso de investigación.

En el **Segundo Capítulo**, hemos abordado el Marco Teórico, en el cual se han desarrollado los antecedentes de la investigación, las bases teóricas, la definición de términos básicos, la formulación de hipótesis y el estudio de la

variable independiente: sistema de costeo estándar y la variable dependiente: control de costos.

En el **Tercer Capítulo**, se aprecia el tipo, métodos y diseño de investigación, la población y muestra, las técnicas e instrumentos de recolección de datos, las técnicas de procesamiento y análisis de datos, el tratamiento estadístico, la selección, validación y confiabilidad de los instrumentos de investigación y finalmente la orientación ética.

En el **Cuarto Capítulo**, se presentan la descripción del trabajo de campo, la presentación, análisis e interpretación de resultados; así como también la prueba de las hipótesis utilizando los estadísticos de Correlación de Pearson, y finalmente la discusión de los resultados.

Los autores.

ÍNDICE

DEDICATORIA	i
RECONOCIMIENTO	ii
RESUMEN	iii
ABSTRACT	iv
INTRODUCCIÓN	v
ÍNDICE	vii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	ix
ÍNDICE DE TABLAS	x

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1	Identificación y determinación del problema	01
1.2	Delimitación de la investigación	03
1.3	Formulación del problema	04
1.3.1	Problema principal	04
1.3.2	Problemas específicos	04
1.4	Formulación de objetivos	05
1.4.1	Objetivo general	05
1.4.2	Objetivos específicos	05
1.5	Justificación de la investigación	05
1.6	Limitaciones de la investigación	06

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1	Antecedentes de estudio	07
2.2	Bases teóricas – científicas	13
2.3	Definición de términos básicos	55
2.4	Formulación de hipótesis	58

2.4.1	Hipótesis general	58
2.4.2	Hipótesis específicas	58
2.5	Identificación de variables	58
2.6	Definición operacional de variables e indicadores	59

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1	Tipo de investigación	60
3.2	Métodos de investigación	60
3.3	Diseño de investigación	61
3.4	Población y muestra	61
3.5	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	62
3.6	Técnicas de procesamiento y análisis de datos	62
3.7	Tratamiento estadístico	63
3.8	Selección, validación y confiabilidad de los instrumentos de investigación	63
3.9	Orientación ética	64

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1	Descripción del trabajo de campo	66
4.2	Presentación, análisis e interpretación de resultados	66
4.3	Prueba de hipótesis	78
4.4	Discusión de resultados	84

CONCLUSIONES	xi
---------------------	----

RECOMENDACIONES	xiii
------------------------	------

BIBLIOGRAFÍA	xiv
---------------------	-----

ANEXOS	xvi
---------------	-----

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 01:	Cuestionario Pregunta N° 01	67
Gráfico 02:	Cuestionario Pregunta N° 02	69
Gráfico 03:	Cuestionario Pregunta N° 03	70
Gráfico 04:	Cuestionario Pregunta N° 04	71
Gráfico 05:	Cuestionario Pregunta N° 05	72
Gráfico 06:	Cuestionario Pregunta N° 06	74
Gráfico 07:	Cuestionario Pregunta N° 07	75
Gráfico 08:	Cuestionario Pregunta N° 08	77

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 01:	Cuestionario Pregunta N° 01	67
Tabla 02:	Cuestionario Pregunta N° 02	68
Tabla 03:	Cuestionario Pregunta N° 03	70
Tabla 04:	Cuestionario Pregunta N° 04	71
Tabla 05:	Cuestionario Pregunta N° 05	72
Tabla 06:	Cuestionario Pregunta N° 06	73
Tabla 07:	Cuestionario Pregunta N° 07	75
Tabla 08:	Cuestionario Pregunta N° 08	76
Tabla 09:	Resumen del cuestionario hipótesis general, para el estadístico de Correlación de Rho Spearman	79
Tabla 10:	Resumen del cuestionario hipótesis específica N° 1, para el estadístico de Correlación de Rho Spearman	80
Tabla 11:	Resumen del cuestionario hipótesis específica N° 2, para el estadístico de Correlación de Rho Spearman	82
Tabla 12:	Resumen del cuestionario hipótesis específica N° 3, para el estadístico de Correlación de Rho Spearman	83

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Identificación y determinación del problema

A partir de la promulgación de la Ley N° 26961 Ley para el Desarrollo de la Actividad Turística, se han incrementado de manera masiva los establecimientos de restaurants para prestar sus servicios con diferentes categorías. En el caso, de la provincia de Chanchamayo, existen estos establecimientos en categorías de un tenedor, dos tenedores, tres tenedores que prestan sus servicios con diferentes menús y diferentes condiciones, acatando las disposiciones del Reglamento de Establecimientos de Restaurants, para lo cual deben disponer necesariamente de infraestructura adecuada, personal calificado para la preparación de la comida y atención a los comensales, además realizan otros gastos operativos en el desarrollo de las actividades en los ejercicios anuales. Para cubrir los costos cobran precios por sus

servicios que son establecidos mayormente de manera empírica, sin utilizar un sistema de costeo adecuado para el control de costos.

Hay establecimientos turísticos que poseen los servicios de hospedaje y restaurant en la provincia de Chanchamayo, como en el caso de los hoteles de tres estrellas, el precio del menú lo determinan a precio de mercado y llevan su contabilidad por el sistema de costos históricos lo que no permite conocer con anticipación el precio del menú, como se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 01

DISTRIBUCION DE LOS HOTELES POR SU FORMA DE DETERMINACIÓN

EL PRECIO DEL MENÚ

2

ESTABLECIMIENTO	Determinación del precio del menú
HOTEL PRINCE	A precio de mercado
HOTEL FUNDO SAN JOSÉ	A precio de mercado
HOTEL NAMASTE WASI	A precio de mercado
HOTEL EL TIROL	A precio de mercado
TOTAL	Todos determinan a precio de mercado

Fuente: Disertur- Chanchamayo

En este contexto existen problemas de medición de resultados, pues, lo que no se mide no se gestiona. Renunciar a priori a la utilización de los sistemas de medición supone resignarse a no contrastar el progreso del desarrollo del capital humano y de los sistemas con que cada organización se dota para gestionarlos adecuadamente. En la provincia de Chanchamayo existen establecimientos calificados como restaurants de comidas típicas, que preparan diferentes menús de la zona, pero desconocen el rendimiento de cada uno de ellos porque carecen de un sistema de costeo adecuado para efectos del control de costos para la toma de decisiones.

En la contabilidad de costos existen diversos sistemas de costeo: como de costos incompletos, sistema de costeos históricos predeterminados, con sus ventajas y desventajas.

El sistema de costeo estándar como parte de los sistemas predeterminados ofrece los indicadores y las bases en forma oportuna para conocer los rendimientos de cada menú, al haberse determinado con anticipación y de manera técnica el menú, registrar oportunamente su costo de venta, lo que permitirá evaluar su rendimiento en términos de eficiencia y eficacia, en cantidades y precios, con lo cual se lograra un efectivo control de costos para tomar decisiones operativas, como mantener, aumentar o reducir la preparación del menú.

1.2 Delimitación de la investigación

Frente a la problemática planteada en la presente investigación, metodológicamente las hemos delimitado en los siguientes aspectos:

Delimitación social. Comprenderá a los restaurants de comidas típicas de la provincia de Chanchamayo, Departamento de Junín, para lo cual nos desplazaremos a realizar el trabajo de campo y la aplicación de las encuestas

Delimitación espacial. El ámbito espacial de nuestro estudio, es la provincia de Chanchamayo, Departamento de Junín.

Delimitación temporal. El período de estudio investigado comprende el año 2019

Delimitación conceptual. Es el manejo del material teórico-conceptual, estará comprendido en los alcances de los siguientes conceptos:

COSTO ESTÁNDAR

Un costo estándar es un patrón de medida que nos indica cuánto debería costar la elaboración de un producto o la prestación de un servicio si se dan ciertas condiciones.

También se puede decir que un sistema de costos estándar es el conjunto de procedimientos y normas que permiten determinar el costo estándar y además ayudar en el control y la toma de decisiones. (ADELBERG, 2013)

CONTROL DE COSTOS

El control de costos es de igual importancia para todas las empresas, sin importar su tamaño, aunque las empresas pequeñas generalmente tienen un control monetario más estrecho, principalmente por el riesgo económico que significa el tener pérdidas en un negocio. El control de costos no es solamente el monitorear los costos y recopilar grandes cantidades de información, sino que es necesario analizar dicha información para tomar las acciones correctivas antes de que sea demasiado tarde. (ADELBERG, 2013)

1.3 Formulación del problema

1.3.1 Problema principal

¿Cómo se aplicara el sistema de costeo estándar para que el control de costos sea efectivo de los restaurants de comidas típicas en la provincia de Chanchamayo, periodo 2019?

1.3.2 Problemas específicos

1. ¿De qué manera será importante el registro contable para determinar la eficiencia de los restaurants de comidas típicas en la provincia de Chanchamayo, periodo 2019?

2. ¿Cómo evaluar la demanda del mercado para determinar el precio de menú de los restaurants de comidas típicas en la provincia de Chanchamayo, periodo 2019?
3. ¿Cómo contribuye el capital humano en el desarrollo del capital económico, de los restaurants de comidas típicas en la provincia de Chanchamayo, periodo 2019?

1.4 Formulación de objetivos

1.4.1 Objetivo general

Comprobar que el control de costos sea efectivo a través del sistema de costeo estándar, de los restaurants de comidas típicas en la provincia de Chanchamayo, periodo 2019.

1.4.2 Objetivos específicos

1. Aplicar el registro contable para determinar la eficiencia de los restaurants de comidas típicas en la provincia de Chanchamayo, periodo 2019
2. Evaluar la demanda del mercado para determinar el precio del menú de los restaurants de comidas típicas en la provincia de Chanchamayo, periodo 2019
3. Lograr que el capital humano contribuya con el desarrollo del capital económico de los restaurants de comidas típicas en la provincia de Chanchamayo, periodo 2019

1.5 Justificación de la investigación

La investigación propuesta se justifica por las siguientes razones:

- a) Constituye una guía que sirve a los propietarios o socios de ser el caso, que sienta la necesidad o la inquietud de evaluar su gestión de sus establecimientos y el impacto de esta en los resultados del negocio.

- b) Permitirá conocer los costos reales de servicios de restaurant por cada menú y la situación económica del mencionado establecimiento.
- c) Constituirá una herramienta básica para la planificación operativa del negocio.

1.6 Limitaciones de la investigación

La principal limitación que se tendría en la realización de la investigación, sería la falta de predisposición, de parte de algunos propietarios de los restaurants de comidas típicas, ubicado en la provincia de Chanchamayo, departamento de Junín; en brindar información mediante el cuestionario establecido en el presente trabajo de investigación, sin embargo, esto no constituye ningún impedimento para el desarrollo de la investigación.

Por otro lado el presente trabajo de investigación presenta pocos estudios e investigaciones sobre el tema a tratar, por lo que la información bibliográfica y documental es escasa.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de estudio

Después de haber indagado fuentes de investigación secundarias, aclaramos que específicamente para la Provincia de Chanchamayo, Departamento de Junín no hemos encontrado trabajos de investigación relacionados con las variables de estudio. Sin embargo a continuación presentamos antecedentes de investigaciones relacionados indirectamente con el tema materia de investigación científica, que presentamos a continuación.

Rocano Lastra, Idida. (1988). *“Aplicación de costos estimados en un comedor popular, año 1988”*. Tesis para obtener el título profesional de Contador Público.

Las principales conclusiones del trabajo de investigación son:

- ☞ Los costos estimados son apropiados para aplicarlos en un comedor popular y determinar sus costos operativos y medir la rentabilidad y eficiencia de su gestión.
- ☞ Los costos estimados necesitan del auxilio de formularios diseñados según las necesidades de información gerencial y análisis de costos; los cuales no repercuten mayormente ni en el tiempo de trabajo del comedor ni en la económica de la empresa.
- ☞ La mecánica contable de los costos estimados determinan que la producción terminada y la producción en proceso sean valuadas a costos estimados; las variaciones de costos se analizan en cuentas específicas de variaciones y se cancelan contra la cuenta costo de ventas.
- ☞ Aun empíricamente se presupuesta en los comedores y restaurantes, por la necesidad de conocer de antemano la cantidad de víveres y dinero que necesitara para cumplir con el servicio que prestan pues la mayoría de mercancías se adquieren al contado
- ☞ El control contable de los costos estimados se realiza mediante un plan de cuenta de costos que responden a las características de los costos estimados, del proceso operativo del comedor y de las necesidades de análisis de las variaciones
- ☞ El control presupuestario es permanente por la necesidad de conocer y perfeccionar la cantidad de víveres, recursos humanos y financieros que se necesitan y utilizan en el cumplimiento de sus servicios y para tomar las medidas precautorias del caso cuando las variaciones son apreciables o superen de un límite fijado con anticipado. (ROCANO LASTRA, 1988).

La autora alcanza un aporte mostrando la viabilidad de obtener fundamentos y razones suficientemente válidos para establecer un presupuesto sobre base de costos estimados y su vigencia en los restaurants.

Randal, Thomas. (2015). “*Cómo calcular el costo de la comida en un restaurant, año 2015*”. Artículo publicado en las redes sociales.

Las principales notas de este artículo son:

☞ Si eres el dueño de un restaurant, sabrás la importancia de calcular el costo de los alimentos para cosas tales como: la fijación de precios adecuados y el inventario. La fijación de precios adecuados, te permitirá fijar importes en el nivel de rentabilidad convenientes para tus platos y el inventario exacto te permitirá evaluar el valor de los niveles de alimentación actual, para cosas tales como una valoración de la empresa. Además, el costo de los alimentos representa más que eso. El costo de los alimentos incluye el costo de todo lo necesario para vender un plato de comida, por lo que debe sopesar los costes de los empleados y los gastos generales relacionados, que sin ellos no tendrías ninguna comida para vender. Al no saber cómo calcular los costos de los alimentos podrías poner en peligro la viabilidad de tu restaurant o llevar a la quiebra tu negocio.

INSTRUCCIONES:

1. Haz una lista de cada elemento del menú.
2. Suma todos los alimentos de un solo elemento, como filetes, hamburguesas o bollos para dividir el costo total de la cantidad entre el número total de unidades por caja. Por ejemplo, los restaurants suelen comprar los alimentos por paquetes, así que, si compras una caja de 24 hamburguesas por 18\$, entonces el costo

por porción de alimentos para las hamburguesas es igual a 0,75 porque $18\$/$ dividido entre 24 es igual a 0,75. El costo pro ración para cada elemento representa la cantidad mínima que debes cobrar por este para alcanzar el equilibrio.

3. Calcula los costos por ración de alimentos para los ingredientes a granel, como condimentos o verduras al dividir el costo del volumen de la comida entre el número de porciones. Por ejemplo si el volumen total de una botella de mostaza rinde 300 porciones y el costo total es igual al 10,95 dólares, entonces el costo por ración de mostaza es igual a 3,65 centavos de dólar puesto que 10.95 dólares, dividido entre 300 es igual a 0,0365 por porción. El costo por ración para los ingredientes a granel constituye la cantidad que debes añadir a cada alimento del menú que contiene ese ingrediente para alcanzar el equilibrio.
4. Calcula los costos totales de bebidas sumando las cantidades que se paga por cada “unidad de bebida”, tales como botellas o latas de soda, jugo, leche o cerveza. El costo de cada elemento de bebida representa la cantidad mínima que debes cobrar para cubrir gastos.
5. Calcula los costos de bebidas a granel sumando las porciones individuales, tales como botellas o latas de soda, jugo, leche o cerveza. Divide el costo del paquete entre el número de unidades que contenga. Por ejemplo, si compraste 24 latas de jugo de tomate por 4.00 \$, entonces los costos de bebidas a granel para el jugo de tomate equivale a 0,16\$ porque $4,00$ dólares dividido entre 24 es igual a 0,16. El costo de cada elemento representa al precio mínimo que debes asignar para cubrir gastos.

6. Calcula el costo por ración para ingredientes de bebidas como el jarabe de refresco, utilizados en fuentes, dividiendo el precio total del almíbar entre el número promedio de porciones por envase de jarabe. Por ejemplo, si tu frasco de jarabe cuesta \$35, y rinde cerca de 2,000 tazas de 12 onzas de soda, el costo por ración de jarabe de refresco equivale a 0,175 porque 35 \$ dividido entre 2,000 es igual a 0.175. El costo por ración para los ingredientes de tu bebida representa la cantidad mínima de dinero, que es preciso asignar por copa para alcanzar el equilibrio. (THOMAS, 2015)

El autor destaca simplemente la acumulación de costos para determinar el costo total, el cual será dividido entre la cantidad de raciones para determinar el costo por ración.

Martínez, Armando. (2015). *“Cómo controlar los costos de la comida, año 2015”*. Artículo publicado en las redes sociales. (<https://es.scribd.com/document>.)

Las principales notas de este artículo son:

Este es un punto importante que debemos conocer a fin de evitar las compras excesivas y la pérdida de material o comida sin necesidad de ello. Debemos conocer el rendimiento aproximado de cada comida para saber el costo aproximado de cada platillo en el menú, recuerde que en los costos debe estar incluido todo, desde el alquiler del local, pasando por el costo de los servicios públicos hasta los beneficios laborales de los empleados.

Si usted vende un pan, del precio al público de este pan usted debe saber hasta el gas que utiliza para cocerlo, aunque parezca exagerado, muchos negocios que prometían ser exitosos cerraron por qué no se calcularon adecuadamente los costos.

Con práctica usted será capaz de llevar y recordar estas cifras. Sin embargo, es una buena idea ordenar un archivo donde se tabule tal información. Se puede utilizar una tarjeta por separado para cada platillo y ordenarlas alfabéticamente bajo la clasificación correcta.

Para un buen resultado en el control de los costos usted debe estandarizar recetas y porciones. De esta manera el rendimiento será el mismo cada vez que se prepare la receta, y las ventas, basadas en un cierto número de porciones de un tamaño definido, podrán calcularse con un cierto grado de exactitud.

Lleve un archivo de las recetas. Registrar el costo cada receta y del costo de las porciones junto con los precios de venta y la fecha en que se hicieron los cálculos es una valiosa información que puede apuntarse al reverso de cada fórmula, es ésta una forma muy sencilla de sistematización; se puede desarrollar de manera que incluya toda la información que el administrador del restaurante considere esencial.

El método general utilizado para calcular los precios de venta es muy sencillo. Si el restaurant opera sobre un costo de comida del 40 por ciento, esto significa que el costo total de la comida comprada por el restaurant es equivalente al 40 por ciento de las ventas. Para mantener un costo del 40 por ciento, el precio de venta de un platillo o de una comida deberá ser de aproximadamente $2 \frac{1}{2}$ veces el costo de la comida. Si el restaurant opera sobre un costo de 50 por ciento, el precio de venta deberá ser del doble del costo.

El porcentaje del costo de la comida cambia en los distintos restaurantes, según el menú y el tipo de servicio que ofrece; en los restaurantes de lujo el porcentaje de costos de comida es más bajo

que en los lugares que venden su comida a precios moderados. (<https://es.scribd.com/document/365398729/Como-Calcular-el-costo-de-la-Comida-16-Pasos-pdf>).

La autora manifiesta la importancia de los costos en el control del negocio.

2.2 Bases teóricas – científicas

2.2.1 Sistema de Costos estándar

El sistema de costos estándar tuvo su origen a fines de la primera década del siglo pasado. Como consecuencia del desarrollo del maquinismo o sea el desplazamiento del esfuerzo humano por la maquinaria, estudios que hizo el ingeniero Federico Taylor.

En dicha época fue posible estandarizar la operaciones y las unidades las cuales fueron cuantificadas en valores llegándose a los costos estándar y que por las bases de cálculo empleadas son consideradas como instrumento de medición de eficiencia este costo indica lo que el artículo “debe costar” y que difiere del costo estimado que solo es pronóstico que indica lo que Este artículo “puede costar” los costos estándar deben ser base para ajustar los costos históricos. (SILVIA, 2015)

El “**Costo Estándar**” es un costo presupuestado que se basa en niveles de eficiencia normal, se desarrolla con base en los costos directos e indirectos presupuestados.

Los costos estándar determinan de una manera técnica el costo unitario de un producto, basados en eficientes métodos y sistemas, en función de un volumen dado de actividad. Son costos científicamente predeterminados que sirven de base para medida de actuación real.

Esta es una práctica común con respecto a los estándares de distribución de costos de facturación generalmente están integrados de manera formal dentro de las cuentas de costos. Cuando ocurre esto, los sistemas que conocen como sistemas de contabilidad de costos estándar. (FLORES SORIA, 2014)

El Costo estándar indica lo que debe costar un artículo, con base en la eficiencia del trabajo normal de una empresa, por lo que al comparar el costo histórico con el estándar, de donde resultan las desviaciones que indican las deficiencias o superaciones perfectamente definidas y analizadas.

Ventajas del Costos Estandar.

- Ayuda a la realización de una planeación adecuada
- Sirve como medida de control para medir la eficiencia en las diferentes áreas funcionales
- Permiten la comunicación y la coordinación de los diferentes niveles de la organización, en el proceso de establecer y dar seguimiento a los estándares.
- Ayuda a detectar áreas de oportunidad para lograr el mejoramiento continuo (EDGAR, 2013)

2.2.2 Control de costos

Como ya sabemos el control de los costos es de vital para cualquier empresa que se dedica a la fabricación de cualquier tipo de producto ya que esto nos servirá para determinar tanto el precio de venta como la utilidad que deseamos obtener.

Es conveniente destacar que el llevar un control de costos bajo principios perfectamente identificados no es exclusivo de las

grandes empresas, es aplicable también a los negocios de poca o mediana amplitud tanto públicos como privados, rentables o sin fines lucrativos, ya que estos principios se pueden adaptar a las necesidades específicas de cada tipo de organización.

La finalidad primordial de un control de costos es obtener una producción de calidad con el mínimo de erogaciones posibles, para a su vez, ofrecer al público el precio más bajo y con ello estar en posibilidades de competir en el mercado y tratar de obtener un equilibrio entre la oferta y la demanda de nuestros productos.

“El control de costo es un derivado importante de la contabilidad de costos. La administración de negocios no solo debe planear para el futuro sino que también debe escrudñar constantemente los resultados de las operaciones, de modo que, siempre que sea posible, se ataquen y eliminen las situaciones que estén fuera de control”.

Esta teoría indica que el control de costos es importante en la gestión del negocio, no solo planificando sino también realizando correcciones.

Características de un buen control de costos

El control de costo efectivo se caracteriza por lo siguiente:

- a) Delineación de centros de responsabilidad. Un costo representa una actividad relativamente homogénea para la cual existe una clara definición de autoridad. La duplicación de operaciones y responsabilidades destruye la esencia misma del control del costo.
- b) Delegación de autoridad. Los esfuerzos para realizar el control del costo pueden fracasar si los individuos que tienen

a su cargo la responsabilidad están impedidos para delegar estas responsabilidades.

- c) Normas de Costos. El control del costo supone la existencia de un criterio razonable para medir la actuación. Estas normas de costo deberían poder lograrse bajo las condiciones de operación normal y eficiente. El individuo cuya actuación se está evaluando debe participar en el establecimiento de las normas.
- d) Pertinencia de los costos controlables. No todos los costos son controlables, y los distintos costos se controlan en distintos niveles de administración. Las fluctuaciones en los precios de los suministros pueden estar fuera del control de la administración. Solo aquellos costos que son controlables directamente por un individuo son pertinentes en una evaluación de su actuación.
- e) Informes de costos. Para que el control de costos sea efectivo se requieren informes de costos significativos y oportunos. Estos informes deben contener una comparación entre los resultados estándar y los reales.
- f) Reducción del costo. El control de costos alcanza su máximo nivel de refinamiento cuando existe un plan formal para eliminar las desviaciones desfavorables de las normas de costos. (www.monografias.com)

2.2.3 Capital Humano

El capital humano es definido como la mano de obra dentro de una empresa y es el recurso más importante y básico ya que son los que desarrollan el trabajo de la productividad de bienes o

servicios con la finalidad de satisfacer necesidades y venderlos en el mercado para obtener una utilidad. Se refiere al aumento de capacidad de la producción del trabajo alcanzada a través de la mejora en las capacidades de los trabajadores y nace ante la necesidad de las empresas de contar con una herramienta de alta tecnología que de soporte a la producción. (ALBERTO, 2016)

2.2.4 Cantidad demandada

Es la cantidad, que los consumidores están dispuestos a comprar a un precio dado. La demanda es un conjunto de cantidades demandadas, lo cual se representa en una curva de pendiente negativa, y la cantidad demandada es un punto en la cual demanda (GALAN, 2013)

2.2.5 Contabilidad de Costos

La contabilidad de costos es un sistema de información que clasifica, asigna, acumula y controla los costos de actividades, procesos y productos, para facilitar la toma de decisiones, la planeación y el control administrativo.

La contabilidad de costos nos ofrece información real y concreta de todos los costos y gastos que tiene una empresa para producir. Establecer el costo de un producto sirve para tener control sobre la producción, la venta del producto, la administración y la financiación del mismo.

Al realizar una contabilidad de costos, se evalúa el trabajo administrativo y gerencial. Siempre es necesario comparar los ingresos de la empresa y los costos que han proyectado previamente.

Una empresa necesita tener en cuenta ciertos aspectos a la hora de contabilizar los costos. En primer lugar, el producto y sus elementos, el volumen y la producción, las tareas realizadas, el período de tiempo, etcétera.

En cuanto a los productos se deben tener en cuenta los materiales o recursos utilizados en su producción, de manera directa e indirecta, la mano de obra (es decir el esfuerzo de los empleados, tanto físico como mental) y los costos de fabricación.

Con respecto a las actividades que se realizan en torno a la elaboración de un producto se tienen en cuenta la manufactura, es decir de la producción, el mercado (promoción y venta del producto), los costos administrativos (salarios, etcétera) y financieros.

Por ejemplo, si un producto tiene un costo de materiales de cierto valor, a eso debe agregarse el salario de los empleados que los produzcan, lo que se gasta en la repartición y la publicidad, los impuestos, etcétera.

Hay que diferenciar lo que son los costos de los gastos. El costo es el valor monetario de la materia prima y la mano de obra. Gasto corresponde al tiempo de la producción, la distribución y la administración de la empresa, como por ejemplo el pago de salarios.

Es importante la contabilidad de costos para conocer al detalle los costos de producción y que nos permiten un mayor control de las operaciones. La contabilidad de costos ofrece a la empresa toda la información que necesita para tomar decisiones oportunas y correctas en base a información real y concreta.

Esta información es útil para desarrollar nuevos proyectos y evaluar las actividades realizadas dentro de la empresa. Como decíamos al iniciar este artículo, conocer el costo de un producto nos sirve para tener control sobre la producción, la venta del producto, la administración y la financiación del mismo. (CALDERON MUQUILLAZA, 2009)

2.2.6 Costo Total

El concepto de costo total, en este marco, refiere a la totalidad de los costos de una empresa. Se trata de la suma de los costos variables (que se modifican cuando cambia el volumen de producción) y los costos fijos (que se mantienen estables más allá del nivel productivo).

Tomemos el caso de un restaurant de hamburguesas. Este establecimiento cuenta con costos fijos como el alquiler de su edificio y los salarios de los empleados, y con costos variables como las materias primas: pan, hamburguesas, aderezo, etc. La sumatoria de todos estos costos (alquiler, salarios, materias primas) constituye el costo total del restaurante para mantenerse en funcionamiento.

Todos los emprendimientos comerciales tienen la finalidad de generar beneficios económicos (ganancias). La obtención de beneficios está vinculada a los costos totales ya que, si los costos de producción son muy elevados, los ingresos conseguidos por las ventas difícilmente sean suficientes para lograr ganancias.

Si una empresa tiene costos totales de S/. 50.000 soles por mes y recibe ingresos de S/. 45.000 soles en el mismo periodo, dará pérdidas. En cambio, si logra reducir los costos totales a S/.

20.000 soles y sigue generando ingresos por S/. 45.000 logrará un beneficio de S/. 25.000 soles al mes. Otra posibilidad para maximizar las ganancias es subir los precios de venta, sin necesidad de modificar los costos.

Por tanto podemos exponer que los componentes del costo total son los costos de producción (materia prima, el personal, la maquinaria, las instalaciones, las herramientas, los sueldos, etc.), los administrativos, los de distribución y los financieros, entre otros. Entre esos otros se encuentran los relacionados con el ámbito comercial, la manufactura, la ingeniería, la gerencia etc. (FLORES SORIA J. , 2012)

2.2.7 Costo Unitario

El costo unitario es el gasto total que incurre una compañía por producir, almacenar y vender una unidad de un producto o servicio en particular. Es un sinónimo del costo de mercancía vendida y del costo de ventas.

Se trata de una medida del costo de una empresa para construir o crear una unidad de producto. Esta medida contable incluye todos los costos fijos y variables asociados con la producción de un bien o servicio.

Conocer el costo unitario ayuda a los dueños de negocios a determinar cuándo comenzará a obtener ganancias, ayudando a ponerle un precio a los productos con eso en mente. Brinda una visión general dinámica de las relaciones entre ingresos, costos y ganancias.

Sin embargo, los costos variables y fijos típicos difieren ampliamente entre las distintas industrias. Por esta razón, realizar

la comparación de puntos de equilibrio generalmente es más elocuente entre compañías dentro de una misma industria. Definir un punto de equilibrio como «alto» o «bajo» debe hacerse dentro de este entorno.

¿En qué consiste el costo unitario?

El costo unitario es una medida de costo crucial en el análisis operacional de una empresa. Identificar y analizar los costos unitarios de una empresa es una forma rápida de verificar si una empresa está produciendo un producto de manera eficiente.

Costos unitarios variables y fijos

Las compañías exitosas buscan formas de mejorar el costo unitario general de sus productos al administrar los costos fijos y variables. **Los costos fijos** son gastos de producción que no dependen del volumen de unidades producidas.

Algunos ejemplos son el alquiler, el seguro y el uso de los equipos. Los costos fijos, como el almacenamiento y el uso del equipo de producción, se pueden administrar a través de contratos de alquiler a largo plazo.

Los costos variables varían dependiendo del nivel de producción producido. Estos gastos tienen una división adicional en categorías específicas, tales como costos de mano de obra directa y costos de materiales directos.

Los costos directos de mano de obra son los salarios pagados a quienes están directamente involucrados en la producción, mientras que los costos directos de materiales son el costo de los materiales comprados y utilizados en la producción.

El suministro de materiales puede mejorar los costos variables

del proveedor más barato o subcontratar el proceso de producción a un fabricante más eficiente. Por ejemplo, Apple subcontrata su producción de iPhone a Foxconn de China.

Costo unitario y análisis de equilibrio

El costo unitario de una empresa es una medida simple para calcular la rentabilidad. Si el costo unitario, incluidos los gastos fijos y variables, se calcula como S/.5,00 por unidad, la venta de una unidad por S/.6,00 genera un beneficio de S/.1,00 por cada venta.

Un precio de venta de S/. 4,00 crea una pérdida de S/. 1,00, aunque este análisis no captura con precisión toda la actividad del mercado.

Por ejemplo, un producto tiene un precio rentable de S/. 7,25. Si este producto no se vende, creará una pérdida. La pérdida estará en su valor de costo unitario de S/. 5,00, y quizás también en costos adicionales por el envío de la devolución y su eliminación.

Revalorizarlo a S/. 4,00 puede generar un costo por pérdida de S/. 1,00 por unidad, pero si el producto se vende a este precio, se puede evitar una pérdida mayor.

¿Cómo se calcula?

El costo unitario se deriva comúnmente cuando una empresa produce una gran cantidad de productos idénticos. Luego, esta información se compara con la información de los costos presupuestados o estándar para ver si la organización está produciendo bienes de manera rentable.

El costo unitario se genera de los costos variables y fijos incurridos por un proceso de producción, dividido entre el número

de unidades producidas. El cálculo del costo unitario es:

$(\text{Costos fijos totales} + \text{Costos variables totales}) / \text{Total de unidades producidas}$.

El costo unitario debe disminuir a medida que aumenta el número de unidades producidas, principalmente porque los costos fijos totales se repartirán entre un número mayor de unidades. Por tanto, el costo unitario no es constante.

Por ejemplo, la Compañía ABC tiene en mayo costos variables totales de S/. 50.000 y costos fijos totales de S/. 30.000, en los que incurrió mientras producía 10.000 aparatos. El costo por unidad es:

$(\text{S/. } 30.000 + \text{S/. } 50.000) / 10.000 \text{ unidades} = \text{S/. } 8 \text{ costo unitario}$.

En el mes siguiente, ABC produce 5.000 unidades a un costo variable de S/. 25.000 y el mismo costo fijo de S/. 30.000. El costo unitario es:

$(\text{S/. } 30.000 + \text{S/. } 25.000) / 5.000 \text{ unidades} = \text{S/. } 11 \text{ costo unitario}$.

Variantes en la fórmula

En la contabilidad de gestión, es común ignorar los costos fijos cuando se calcula el costo unitario, ya que los costos fijos pueden estar fuera del control de las operaciones, y la principal preocupación es evaluar la eficiencia de la producción.

Por ejemplo, si una empresa compra nuevos equipos de TI para agilizar las ventas y las funciones administrativas, la inclusión de estas compras de capital en la fórmula del costo unitario aumentará el costo unitario general.

Desde la perspectiva financiera general de la compañía, esto puede ser preciso, pero no refleja la eficiencia de la producción

durante el período en que se realiza la compra de capital.

Esta variación del costo unitario a menudo se denomina costo de mercancía vendida. Normalmente, se genera para uso interno dentro de una empresa. (JULIE, 2019)

Ejemplos

Supongamos que a la Compañía ABC le cuesta S/. 10.000 comprar 5.000 artículos que venderá en sus puntos de venta. El costo unitario de la empresa ABC será entonces: $S/. 10.000 / 5.000 = S/. 2$ por unidad.

A menudo, calcular el costo unitario no es tan simple, especialmente en situaciones de fabricación.

Normalmente, los costos unitarios implican tener costos variables, que son los costos que varían con la cantidad de unidades fabricadas, y costos fijos, que son los costos que no varían con la cantidad de unidades fabricadas

Restaurant XYZ

En el Restaurant XYZ, que vende solo pizza de pepperoni, los gastos variables por cada pizza vendida pueden ser:

- ✓ Harina: S/. 0,50.
- ✓ Levadura: S/. 0,05.
- ✓ Agua: S/. 0,01.
- ✓ Queso: S/. 3,00.
- ✓ Pepperoni: S/. 2,00.
- ✓ Total: S/. 5,56 por pizza.

Por otro lado, los gastos fijos mensuales que tiene que pagar el Restaurant XYZ pueden ser:

- ✓ Sueldos de mano de obra: S/. 1.500.

- ✓ Alquiler: S/. 3.000.
- ✓ Seguro: S/. 200.
- ✓ Publicidad: S/. 500.
- ✓ Utilidades: S/. 450.
- ✓ Total: S/. 5.650.

Si el Restaurant XYZ vende 10.000 pizzas al mes, entonces el costo unitario de cada pizza sería: Costo unitario = S/. 5,56 + (S/.5.650 / 10.000) = S/. 6,125

2.2.8 Costos Indirectos

Los costos indirectos es uno de los tipos de costos que afecta al proceso productivo de uno o varios productos que posteriormente vende la empresa. Pero lo que caracteriza realmente a estos costos es que no se pueden asignar de manera directa a cada uno de los productos. Es decir, si tú produces coches, sabes que en cada coche, precisarás como materia prima, 4 ruedas, por ejemplo. Sin embargo, esto no es posible hacerlo con los costos indirectos. Se hará sólo tras haber definido un criterio de asignación coherente, que te permita calcular su asignación a cada producto de manera individual, lo que te guiará después a la hora de definir el precio final de venta.

Los costos indirectos afectan al proceso productivo de los bienes de una empresa, no pudiendo asignarse de manera directa a cada uno de los productos.

Algo que hay que tener muy claro es que son muchos los costos indirectos que una empresa puede tener y que el criterio de imputación será diferente en función del tipo de coste indirecto y, en función también, del producto al que nos estamos refiriendo.

Por ejemplo, si nos referimos a un costo indirecto como puede ser, el gasto de luz, obviamente la imputación de este costo será diferente según sea un producto tecnológico o, por lo contrario, un producto 100% artesanal. En este último, la imputación que hagamos de gasto de luz será menor como es lógico.

Ejemplos de costos indirectos

Ya sabemos que los costos indirectos suponen gastos indirectos en los que incurre una empresa y que no se pueden asignar directamente a los productos producidos.

A continuación, te detallamos los diferentes ejemplos de costos indirectos que existen:

☞ **Costos indirectos de producción:** costos de producto necesarios para su producción, tales como el costo de aprovisionamiento o el costo de fabricación. Un claro ejemplo de costo indirecto de producción sería la mano de obra indirecta, es decir, aquellas personas que han formado parte del proceso de elaboración de un producto en diferentes secciones de la empresa.

☞ **Costos indirectos generales:** este tipo de costos suponen aquellos gastos que hay pero que no forman parte directamente del proceso de fabricación. Como ejemplo de costos indirectos generales, tenemos los costos de administración, financieros o comerciales.

Los costos indirectos están tomando gran relevancia en los procesos de producción, puesto que tenemos sistemas cada vez más automatizados.

En definitiva, los costos indirectos son aquellos gastos en los que incurre una empresa durante el ejercicio de su actividad económica pero son de difícil asignación. En muchas ocasiones, nos centramos solo en los costos indirectos a la hora de abrir un negocio, pero nos olvidamos que gran de los costos son indirectos. Además, los costos indirectos suelen ser constantes y están estrechamente relacionados con el nivel de actividad.

Conoce toda la información necesaria para crear una empresa y asegúrate de gestionar tu negocio de forma correcta para que se viable durante el mayor tiempo posible.

(<https://www.emprendepyme.net/costos-indirectos.html>, 2019)

2.2.9 Demanda de mercado:

La demanda de mercado se define como la cantidad total de compras de un bien, servicio o familia de productos/servicios que pueden ser realizadas por un determinado grupo demográfico. El grupo demográfico puede atender a diversos factores como edad, género, nivel de estudios, etc. La demanda de mercado también puede incluir el total de ventas realizadas en una zona geográfica concreta (una ciudad, una región, un país, etc). La evaluación de la demanda de mercado es una de las formas más importantes utilizadas por las empresas para decidir qué productos vender y cómo hacerlo, influyendo directamente en las estrategias de marketing. En términos generales a mayor precio, menor demanda.

¿Para qué se utiliza?

La medida correcta de la demanda de mercado para un determinado producto es muy importante pues permite establecer el ritmo de producción, distribución y precio. Afecta directamente a las empresas de marketing y el desarrollo de nuevas líneas de productos. Por ejemplo, medidas de la demanda de mercado inexactas puede llevar a una empresa a sobreproducir un determinado producto y tener un número de unidades superior a las que realmente se venden. Como resultado la empresa tendrá un gran inventario de productos finales que no producirán ningún beneficio para la empresa, pero sí gastos. En algunos casos, el fallo en una correcta estimación de la demanda de mercado puede ser suficiente para llevar a que una empresa deje el negocio.

Una estrategia sólida basada en una correcta evaluación de la demanda del mercado también permite a las empresas identificar nuevas tendencias antes que sus competidores. De esta forma pueden adaptar gradualmente la producción de productos en decadencia manteniendo su rentabilidad más tiempo a la vez que van también gradualmente adaptando la producción de nuevas líneas. Este aspecto es primordial en el nivel de competitividad.

¿Cómo se evalúa?

La forma más habitual de evaluar la demanda de mercado para un grupo demográfico dado es realizando un análisis estructurado de demanda de mercado. En esencia, este proceso busca la identificación de consumidores que se sienten atraídos por el producto o servicio estudiado lo suficiente como para comprarlo, es decir, se evalúa el deseo de compra y disposición para pagar

un determinado rango de precios. Como parte del análisis de la demanda se ha de identificar el tamaño del mercado, lo que hará posible determinar si la empresa necesita incentivar el interés del consumidor de un determinado grupo demográfico para generar negocio o incentivar diferentes mercados a la vez para ser rentable.

Los gustos, necesidades e intereses de los consumidores cambian, y con ellos la demanda de mercado. Por eso las empresas han de invertir recursos en el análisis constante y regular de la demanda de mercado, lo que el consumidor quiere y necesita. Este proceso continuo permite que las empresas mantengan un buen nivel de competitividad respecto a otras empresas con objetivos en los mismos segmentos del mercado ya que permite desarrollar nuevas estrategias de marketing y ajustar los precios así como mejorar los productos o sacar nuevas líneas que se adapten a las necesidades cambiantes de los consumidores. (ALMONTE, 2011)

2.2.10 Eficiencia

La eficiencia es la capacidad de hacer las cosas bien, la eficiencia comprende y un sistema de pasos e instrucciones con los que se puede garantizar calidad en el producto final de cualquier tarea. La eficiencia depende de la calidad humana o motora de los agentes que realizan la labor a realizar, para expedir un producto de calidad, es necesario comprender los todos los ángulos desde donde es visto, a fin de satisfacer todas las necesidades que el producto pueda ofrecer; es decir que es aquel talento o destreza de disponer de algo o alguien en particular con el objeto de

conseguir un dado propósito valiéndose de pocos recursos, por ende hace referencia, en un sentido general, a los medios utilizados y a los resultados alcanzados.

La eficiencia comienza desde el estudio de opciones y posibilidades para ejecutar en un campo determinado un proyecto. Si es posible y será de buena aceptación se puede realizar con confianza. Se trata de la capacidad de alcanzar los objetivos y metas programadas con el mínimo de recursos disponibles y tiempo, logrando de esta forma su optimización. Es importante explicar cómo la eficiencia puede influir en lo atractivo de un proyecto, al ser eficiente, existe mayor posibilidad de invertir y producir más del eficiente trabajo.

La palabra eficiencia se puede aplicar en muchos campos y darle un uso en particular pero no por eso deja de tener el mismo sentido. En economía existe un término llamado la «Eficiencia de Pareto» este criterio de utilidad sirve para establecer un sistema en los que no es posible perjudicar a alguno de los integrantes de un grupo inversor. En Física, se habla de la capacidad de un elemento de invertir razonablemente la energía y convertirla en renovable o ahorrarla. En derecho la eficiencia del abogado depende de la capacidad que tenga el mismo de defender o apoyar una moción a fin de establecer criterios correctos en medio de litigio que el juez evaluara.

En el área de la administración, eficiencia es el vínculo existente entre los medios utilizados en un proyecto en específico junto con los resultados emanados del mismo. Por lo tanto la eficiencia se manifiesta cuando pocos recursos son utilizados para alcanzar un

mismo fin; o por su parte, cuando más objetivos son logrados con el manejo o consumo de los mismos o menos recursos o medios.

En el ámbito de la agricultura, se entiende por eficacia del riego, la proporción del volumen de agua que da en un sistema de riego a comparación del volumen de agua naturalmente utilizado por las plantas.

En muchas oportunidades se suele confundir **la eficiencia** con la **eficacia**, pero cabe destacar que no se refieren a lo mismo dado que **eficiencia** se relaciona a realizar las cosas bien con el mejor rendimiento posible con la utilización de un mínimo de recursos, mientras que la **eficacia** se refiere a la habilidad o capacidad de alcanzar el fin que se espera o desea. (KILLIAN, 2004).

2.2.11 Estados Financieros

Los Estados Financieros constituyen una representación estructurada de la actuación financiera y del rendimiento financiero de la entidad. El objetivo de los estados financieros con propósito de información general es suministrar información acerca de la situación financiera, del rendimiento financiero y de los flujos de efectivo de la entidad, que sea útil a una amplia variedad de usuarios a la hora de tomar sus decisiones económicas. Los estados financieros también muestran los resultados de la gestión realizada por los administradores con los recursos que se les han confiado. Para cumplir este objetivo. (HURTADO, 2013).

2.2.12 Gestión

La gestión hace referencia a las medidas y estrategias llevadas a cabo con la finalidad de que la empresa sea viable,

económicamente, la misma tiene en cuenta infinidad de factores, desde lo financiero, pasando por lo productivo hasta lo logístico. La gestión empresarial es una de las principales virtudes de un hombre de negocios. Engloba a las distintas competencias que se deben tener para cubrir distintos flancos de determinada actividad comercial en el contexto de una economía de mercado. (UNIVERSIDAD HERMILIO VALDIZAN-BIBLIOTECA CENTRAL NIC 18, 2016).

2.2.13 Investigación de Mercado

Se puede definir como la recopilación y el análisis de información, en lo que respecta al mundo de la empresa y del mercado, realizados de forma sistemática o expresa, para poder tomar decisiones dentro del campo del marketing estratégico y operativo. Se trata, en definitiva, de una potente herramienta, que debe permitir a la empresa obtener la información necesaria para establecer las diferentes políticas, objetivos, planes y estrategias más adecuadas a sus intereses.

La American Marketing Association (AMA) la define como: «la recopilación sistemática, el registro y el análisis de los datos acerca de los problemas relacionados con el mercado de bienes y servicios»

El sector de la investigación en España continúa cayendo. En 2013 la cifra neta de negocios se redujo un 5,5 % y alcanzó 438,2 millones de euros. Por el contrario, el mercado mundial de la investigación se incrementó en un 3,2 % hasta situarse en 39.084 millones de dólares, según los últimos datos de la Asociación de Empresas de Investigación de Mercados y Opinión (Aneimo) y la

Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión (Aedemo).

Aunque no se pueden echar las campanas al vuelo, la disminución del 5,5 % de la facturación se ve como «una nota optimista a pesar de seguir en negativo». Y no es para menos, ya que en 2013 el sector ha empleado más de 11.000 personas.

En cuanto al método de investigación destaca la inversión cuantitativa (83,6 %) frente al 11 % en inversión cualitativa. En cuanto al desglose de la inversión por tipo de cliente destacan la industria manufacturera con el 45,2 % y los servicios con el 44 %, muy de lejos se encuentran el sector público con un 7,2 %, empresas sin ánimo de lucro 2,3 % y otros 1,3 %.

Europa, con una cuota del 40 % de la facturación, se sitúa como el principal mercado, seguido de Norteamérica que reafirma el camino hacia su recuperación económica con tres años de crecimiento continuado. Asia Pacífico ha sido desbancada por Latinoamérica como zona de máximo crecimiento, aunque obtiene la mayor subida de los últimos cinco años, motivada por el incremento de Japón, que deja atrás dos años de pérdidas económicas. La región con mayor crecimiento porcentual fue Latinoamérica (11,7 %), siendo Brasil el que destaca con luz propia. El desarrollo de este país se refleja también en términos de investigación de mercado y de facturación en el sector de la investigación. Resaltamos también el incremento del 11 % de Argentina. Oriente Medio ha sido la zona que más ha sufrido la desinversión en investigación de mercados, y por contra, África

creció un 11,8 %, motivado principalmente por el comportamiento de Sudáfrica.

Pero el sector debe reinventarse, ya que el mercado está demandando a los institutos de opinión nuevas soluciones basadas, principalmente, en:

- **Velocidad.** Los clientes necesitan que la información fluya con rapidez para poder tomar decisiones rápidas y lo más acertadas posibles.
- **Talento.** Los clientes piden ideas que generen valor. Les da igual de dónde provenga el conocimiento, porque lo que quieren es información concreta, independientemente, de cuál sea la fuente de origen o la metodología empleada para su obtención.
- **Nuevas fuentes.** La investigación más tradicional dejará paso a otra basada en la minería de datos, análisis semióticos, neurociencia, estudios etnográficos...
- **Mensajes concretos.** Los clientes piden una comunicación más clara y directa, con conclusiones concisas y divulgativas, es decir, utilizar un lenguaje que hable en titulares y a continuación sea informada.
- **Mayor conexión con las nuevas tecnologías.** Internet y las redes sociales deben tener un mayor protagonismo en los estudios de opinión.

Carácter interdisciplinario de la investigación de mercados

Para poder llevar a buen término un análisis de mercado, es necesario aplicar diversos conocimientos adquiridos a través de las siguientes materias:

- La economía aplicada, la psicología y la sociología. En la medida en que el funcionamiento del sistema económico se apoya en decisiones de mercado el análisis del comportamiento del consumidor necesita conocimientos de psicología; la sociología se hace necesaria para el estudio de los grupos e instituciones del mercado.
- La filosofía por la destacada importancia que tiene la lógica en la investigación aplicada.
- La estadística y las matemáticas por su aporte fundamental en la cuantificación de los hechos detectados en la investigación.
- La comunicación, por el diálogo que se produce de forma permanente en los diferentes medios de comunicación social y lo *social media*, tanto *off* como *on line*.
- La dirección empresarial, ya que los objetivos que se persiguen con la investigación están estrechamente ligados al diseño de una estrategia y al cumplimiento de unos objetivos de venta, precios, productos y distribución.
- La capacidad innovadora, aplicada al desarrollo de nuevos métodos eficaces y diferenciados, en el diseño de soluciones rentables.

Contribución de la investigación de mercados

☞ En la toma de decisiones básicas

La investigación de mercados proporciona la información necesaria para la maduración de decisiones básicas y de largo alcance de la empresa que requieren un análisis cuidadoso de los hechos.

Cuando las soluciones alternativas de los problemas son complejas, la toma de decisiones sin su ayuda es más arriesgada.

☞ En la tarea directiva

La investigación de mercados proporciona al directivo conocimientos válidos sobre cómo tener los productos en el lugar, momento y precio adecuados. No garantiza soluciones acertadas al 100 % pero reduce considerablemente los márgenes de error en la toma de decisiones.

☞ En la rentabilidad de la empresa

Básicamente contribuye al aumento del beneficio empresarial pues:

- Permite adaptar mejor los productos a las condiciones de la demanda.
- Perfecciona los métodos de promoción.
- Hace más eficaz el sistema de ventas y el rendimiento de los vendedores, así como reduce el coste de ventas.
- Impulsa a los directivos a la reevaluación de los objetivos previstos.

- Estimula al personal, al saber que su empresa tiene un conocimiento completo de su situación en el mercado y que se dirige hacia unos objetivos bien seleccionados.

☞ **Aplicaciones de la investigación de mercados**

Si esquematizamos las aplicaciones que tiene para las empresas, se detectan las siguientes utilidades:

❖ **Análisis del consumidor:**

- Usos y actitudes.
- Análisis de motivaciones.
- Posicionamiento e imagen de marcas.
- Tipologías y estilos de vida.
- Satisfacción de la clientela.
- Potencia de compra por internet, a través del *e-commerce*.

❖ **Efectividad publicitaria:**

- Pretest publicitario.
- Postest de campañas.
- Seguimiento (*tracking*) de la publicidad.
- Efectividad promocional.
- Análisis de las herramientas internet.

❖ **Análisis de producto:**

- Test de concepto.
- Análisis multiconcepto - multiatributo.
- Análisis de sensibilidad al precio.
- Test de producto.
- Test de envase y/o etiqueta.
- Test de marca.

- ❖ **Estudios comerciales:**
 - Áreas de influencia de establecimientos comerciales.
 - Imagen de establecimientos comerciales.
 - Comportamiento del comprador en punto de venta.
 - Posibilidades de *e-commerce*.
- ❖ **Estudios de distribución:**
 - Auditoría de establecimientos detallistas.
 - Comportamiento y actitudes de la distribución.
 - Publicidad en punto de venta.
 - Internet como canal de distribución.
- ❖ **Medios de comunicación:**
 - Audiencia de medios.
 - Efectividad de soportes.
 - Análisis de formatos y contenidos.
 - *Social media* y redes sociales.
- ❖ **Estudios sociológicos y de opinión pública:**
 - Sondeos electorales.
 - Estudios de movilidad y transporte.
 - Investigación sociológica.
 - Estudios institucionales.

2.2.14 Materia prima

Se define como materia prima todos los elementos que se incluyen en la elaboración de un producto. La materia prima es todo aquel elemento que se transforma e incorpora en un producto final. Un producto terminado tiene incluido una serie de elementos y subproductos, que mediante un proceso de transformación permitieron la confección de producto final.

La materia prima debe ser perfectamente identificable y medible, para poder determinar tanto el costo final de producto como su composición.

El valor del producto final, está compuesto en buena parte por el valor de las materias primas incorporadas. Igualmente, la calidad del producto depende en gran parte de la calidad misma de las materias primas. (https://es.wikipedia.org/wiki/Materia_prima, 2019)

2.2.15 Mano de obra

Es el esfuerzo físico y mental que se pone al servicio de la fabricación de un bien. El concepto también se utiliza para nombrar al costo de este trabajo, es decir, el precio que se le paga.

Cabe resaltar que la mano de obra puede clasificarse como directa e indirecta. Se dice que la mano de obra es directa cuando influye directamente en la fabricación del producto terminado. Se trata del trabajo que puede asociarse fácilmente al bien en cuestión.

La mano de obra se considera indirecta, en cambio, cuando se reserva a áreas administrativas, logísticas o comerciales. No se asigna, por lo tanto, a la fabricación del producto de manera directa ni tienen gran relevancia en el precio de este. ([https://es.wikipedia.org/wiki/Mano de obra](https://es.wikipedia.org/wiki/Mano_de_obra), 2019)

2.2.16 Oferta

El término oferta proviene del latín *offerre*, que significa *ofrecer*. Esta palabra posee diversas acepciones, una de ellas podría ser definida como la promesa de cumplir o entregar algo. También

puede ser entendido como la rebaja de un precio. Pero donde mayor importancia adquiere el concepto es en Economía, donde es entendida como uno de los motores del mercado.

La oferta puede ser definida como la cantidad de bienes y/o servicios que las distintas organizaciones, empresas o personas tienen la capacidad y deseo de vender en el mercado, en un determinado lapso tiempo y espacio, en un particular valor pecuniario, con el fin de satisfacer deseos y/o necesidades.

La ley de oferta es entendida como la variación de la disposición de bienes y servicios en un mercado, cuyos cambios se encuentran estrechamente vinculados con el cambio de los precios. Si los precios son altos la oferta aumenta, de manera contraria, si los precios bajan la oferta hará lo mismo

Elementos de la oferta

Algunos elementos claves de la oferta son los siguientes:

- ☞ **Disposición de venta.** En este caso se habla de los deseos del vendedor o productor de ofrecer su mercancía o servicio. Estos deseos suelen ser determinados por los precios de la oferta, tal como ha sido explicado en la ley de oferta. Si los precios son altos los vendedores desean ofrecer su bien o servicio. En caso contrario muchas veces se opta por conservarlo.
- ☞ **Vendedores.** Cuando se habla de vendedores se hace referencia a sujetos físicos o bien a cualquier tipo de organización o empresa que posea la capacidad para ofrecer los bienes y/o servicios.

- ☞ **Cantidad.** En este caso se hace referencia al número preciso de cada producto o servicio que los vendedores desean ofrecer en el mercado.
- ☞ **Capacidad de venta.** Este elemento no depende de la voluntad de los vendedores sino más bien de aquello que tienen la posibilidad de producir u ofrecer en un determinado lapso de tiempo y a cierto precio.
- ☞ **Deseos y necesidades.** Cuando se habla de deseos de los compradores no se habla de necesidades concretas, sino más bien de anhelos. Por ejemplo deseo una campera o saco de determinada marca. En cambio las necesidades son ciertos requerimientos básicos de las personas de los cuales se hayan privados, por ejemplo la necesidad de abrigo.
- ☞ **Mercado.** Este es el lugar donde pueden ser intercambiados bienes y/o servicios a cambio de dinero. Este espacio puede ser físico o virtual, por ejemplo por medio de internet.
- ☞ **Lapso de tiempo.** En este caso se hace referencia al ciclo en que los bienes y/o servicios pueden ser encontrados en el mercado. Pueden ser semanas, meses, años.
- ☞ **Precio.** Cuando se habla de precios se hace referencia al valor pecuniario expresado en una determinada moneda que poseen los productos y/o servicios. (Fuente: <https://concepto.de/oferta/#ixzz5phbpBwG0>, 2019)

2.2.17 Precio de Mercado

Dadas las características de un mercado competitivo, se alcanza un determinado punto en el que los productores maximizan su beneficio y los consumidores su utilidad. Suele decirse que lo que ocurre es que vacía el mercado, ya que se ha alcanzado un punto de equilibrio. El precio resultante será el conocido como precio de mercado.

Siguiendo con las premisas de la competencia perfecta, el precio de mercado es una referencia que señala hasta donde estarán los consumidores de ese mercado a pagar por el producto en cuestión y, simultáneamente, hasta desde qué cantidad de dinero partirán los productores para comercializarlo. Esto se explica desde la misma definición, ya que este parámetro está construido a raíz de la interacción e intersección entre oferta y demanda.

El precio de mercado cumple con una importante función informativa en la vida económica, pues es un buen indicador de situaciones de exceso de oferta o demanda en mercados. Un precio de mercado alto puede significar escasez o una altísima demanda, mientras que un precio de mercado más bajo suele ser consecuencia de bajos niveles de demanda o alta competencia.

Claro está que lo anterior es lo que ocurre en una situación ideal y teórica. En el día a día existen multitud de factores que hacen que existan varios precios de mercado para productos idénticos, debido a diferencias relativas a la calidad, la situación geográfica. Este fenómeno se conoce en economía como discriminación de precios.

Lo más habitual a la hora de realizar análisis sobre precios de mercado es fijar un precio medio de los datos con los que se cuenta en un periodo determinado. Para saber el precio medio de venta de un refresco en particular en un país será necesario estudiar a qué precios se vende en diferentes tiendas o supermercados.

Existen unos determinados mercados en los cuales el precio de mercado normalmente fluctúa de manera más notable que en otros. Por ejemplo esto tiene lugar con activos financieros (como puede observarse en la evolución de la Bolsa), con materias primas o con los metales preciosos. (JAVIER, 2017)

2.2.18 Precio

Es la expresión de valor que tiene un producto o servicio, manifestado por lo general en términos monetarios que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios que resultan de tener o usar el producto o servicio.

Es una variable controlable que se diferencia de los otros tres elementos de la mezcla o mix de mercadotecnia (producto, plaza y promoción) en que produce ingresos, los otros elementos generan costos, sin embargo, para que el precio sea una variable que produzca los ingresos necesarios, tiene que ser previamente aceptado por el mercado, por lo que es fundamental que sea sometido a la prueba acida del mercado. (<https://economipedia.com/precio>, 2019)

2.2.19 Productividad

La productividad es una medida económica que calcula cuántos bienes y servicios se han producido por cada factor

utilizado (trabajador, capital, tiempo, costes, etc) durante un periodo determinado. Por ejemplo, cuanto produce al mes un trabajador o cuánto produce una maquinaria.

El objetivo de la productividad es medir la eficiencia de producción por cada factor o recurso utilizado, entendiendo por eficiencia el hecho de obtener el mejor o máximo rendimiento utilizando un mínimo de recursos. Es decir, cuantos menos recursos sean necesarios para producir una misma cantidad, mayor será la productividad y por tanto, mayor será la eficiencia.

Teniendo esto en cuenta, la fórmula para calcular la productividad es el cociente entre producción obtenida y recursos utilizados.

Productividad = Producción obtenida / factor utilizado

Por ejemplo, para calcular la productividad de un país podemos dividir el PIB entre el número de horas trabajadas. El resultado será cuánto se ha producido en el país por cada hora.

¿Por qué es tan importante la productividad?

El aumento de productividad es tan importante porque permite mejorar la calidad de vida de una sociedad, repercutiendo en los sueldos y la rentabilidad de los proyectos, lo que a su vez permite aumentar la inversión y el empleo.

Para una empresa, una industria o un país, la productividad es un factor determinante en el crecimiento económico. Cuando se estima la tendencia de crecimiento a largo plazo de un país se descompone en dos componentes principales: los cambios en el empleo (que dependen a su vez del crecimiento de la población y de la tasa de empleo) y la productividad (que depende sobretodo

del gasto en bienes de capital y de los factores productivos que veremos más abajo).

Un análisis de lo más productivo supone:

- **Ahorro de costos:** al permitir deshacerse de aquello que es innecesario para la consecución de los objetivos.
- **Ahorro de tiempo:** debido a que permite realizar un mayor número de tareas en menor tiempo y dedicar ese tiempo «ahorrado» a seguir creciendo a través de otras tareas.

Un buen análisis permite establecer la mejor combinación de maquinaria, trabajadores y otros recursos para conseguir maximizar la producción total de bienes y servicios.

Tipos de productividad

Según los factores que tengamos en cuenta, se puede clasificar en los siguientes tipos:

- **Productividad laboral:** Se relaciona la producción obtenida y la cantidad de trabajo empleada.
- **Productividad total de los factores:** Se relaciona la producción obtenida con la suma de todos los factores que intervienen en la producción (trabajo, capital, tierra).
- **Productividad marginal:** Es la producción adicional que se consigue con la una unidad adicional de un factor de producción, manteniendo el resto constantes. Aquí entra en escena la ley de rendimientos decrecientes, que afirma que en cualquier proceso productivo, añadir más unidades de un factor productivo, manteniendo el resto constantes, dará progresivamente menores incrementos en la producción por unidad.

Factores que afectan a la productividad

Una de las formas más comunes de aumentar la productividad es invertir en bienes de capital (maquinaria o informática por ejemplo) para hacer el trabajo más eficiente, manteniendo o incluso reduciendo el empleo.

Estos son los principales factores que afectan a la productividad de una empresa:

- **Calidad y disposición de recursos naturales; tierra (T):** si una empresa o país tiene o se encuentra cerca de recursos naturales será más productiva. Tanto por el valor de esos recursos, por no tener que comprarlos ni transportarlos desde lejos. Este factor de producción se englobaba como factor tierra (T).
- **El capital invertido en la industria (K):** la cantidad de capital es un factor directo de la productividad.
- **La cantidad y calidad de los recursos humanos; labor o trabajo (L):** el número de empleados de la industria, su nivel de educación y experiencia.
- **El nivel tecnológico (A):** cuanto mayor sea el conocimiento y nivel tecnológico mayor será la productividad. Tecnología no solo son productos mecánicos, sino procesos productivos.
- **La configuración de la industria:** el tipo de industria afectará enormemente a la productividad de una empresa. No es lo mismo la producción de trigo que de naves espaciales. La estructura de una industria viene determinada por intensidad de la competencia, competidores potenciales, barreras de entrada, productos sustitutos y poder de

negociación. Esta estructura se puede analizar mediante las cinco fuerzas de Porter.

- **Entorno macroeconómico:** la coyuntura económica influirá tanto en la demanda de productos y servicios como en la necesidad de innovación y mejorar la eficiencia. Son las fuerzas externas que van a tener un impacto indirecto sobre la organización.
- **Entorno microeconómico:** el microentorno tiene un impacto directo en su capacidad de servir su producto o servicio al cliente final, como por ejemplo la regulación de la industria.

Ejemplo de productividad

Si una empresa puede fabricar 30 pares de zapatos en una hora (productividad = 30 zapatos/hora) y otra empresa fabrica 40 pares en una hora (40 zapatos/hora), diremos que la productividad es mayor en la segunda empresa, ya que la cantidad de bienes producidos en un mismo periodo de tiempo es mayor.

Que la segunda empresa sea más productiva que la primera, dependerá de factores como los siguientes:

- Formación y experiencia de los trabajadores
- Organización empresarial
- Tecnología que se utiliza en el proceso productivo.

No será lo mismo un aprendiz de zapatero, que una persona que lleva muchos años realizando la misma actividad. Igual que tampoco producirá la misma cantidad una empresa que utiliza las mejores innovaciones tecnológicas, que otra que tenga un sistema de producción mucho más rudimentario. (ANDRES, 2018)

2.2.20 Rendimiento Económico

La rentabilidad económica mide la tasa de devolución producida por un beneficio económico (anterior a los intereses y los impuestos) respecto a capital total, incluyendo todas las cantidades prestadas y el patrimonio neto (que sumados forman el activo total). Es además totalmente independiente de la estructura financiera de la empresa.

La idea rendimiento refiere a la proporción que surge entre los medios empleados para obtener algo y el resultado que se consigue. El beneficio o el provecho que brinda algo o alguien también se conocen como rendimiento. (NUÑEZ, 2007)

2.2.21 Rentabilidad

La rentabilidad es la relación que existe entre la utilidad y la inversión necesaria para lograrla, ya que mide tanto la efectividad de la gerencia de una empresa, demostrada por las utilidades obtenidas de las ventas realizadas y utilización de inversiones, su categoría y regularidad es la tendencia de las utilidades. La rentabilidad también es entendida como una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan los medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener los resultados esperados. (ALONZO, 1998)

2.2.22 Rendimiento laboral

La idea de rendimiento está asociada al vínculo existente entre los medios que se utilizan para obtener algo y el resultado que se logra finalmente. De este modo, puede relacionarse el rendimiento con el beneficio o con el provecho.

Laboral, por su parte, es lo que está vinculado con el trabajo (la actividad que implica un esfuerzo físico y/o mental y que se desarrolla a cambio de una contraprestación económica).

Estas definiciones nos permiten comprender la idea de **rendimiento laboral**: el resultado alcanzado en un entorno de trabajo con relación a los recursos disponibles. El concepto dependerá de los objetivos o de las metas fijadas para el trabajador en cuestión.

Los directivos y propietarios de cualquier empresa, por tanto, lo que desearán es mejorar el rendimiento laboral de sus trabajadores, ya que son perfectamente conscientes de que eso repercutirá de manera positiva en la misma. Ante eso suelen recurrir a una gran variedad de medidas, entre las que destacaríamos las siguientes:

- ✎ Crear un buen ambiente de trabajo, donde todo el mundo se pueda sentir cómodo y donde se trabaje por y para el equipo.
- ✎ Mejorar la autoestima de los empleados, reconociéndoles sus tareas.
- ✎ Establecer planes de trabajo por objetivos, pues así cuando esos se cumplan se aumentará notablemente la satisfacción y el orgullo de los trabajadores.
- ✎ Facilitar la participación de todos los miembros de la empresa, para que se sientan parte de la misma y no duden en realizar su esfuerzo y sus tareas en pro de ella.
- ✎ Promover la igualdad de trato.
- ✎ Motivar a los trabajadores.

👉 Fomentar la formación de los empleados, para que puedan mostrar ilusión por mejorar en sus desempeños y habilidades. Recurriendo a estas medidas y a otras muchas más se conseguirá aumentar el rendimiento laboral de los empleados. Un objetivo que está llevando cada vez más a que las empresas se animen a contratar servicios de coaching, “entrenadores empresariales”, que trabajarán con la plantilla para reforzar las relaciones entre la misma, para que los empleados puedan sentirse valorados y también “recompensados” por su esfuerzo, para que adquieran nuevas ilusiones dentro del puesto que ocupan en la compañía, para que disfruten de un ambiente agradable.

Muchas veces rendimiento laboral se emplea como sinónimo de productividad. Si una persona es contratada para fabricar zapatos, su rendimiento laboral estará determinado por la cantidad de zapatos que produce en una cierta cantidad de tiempo. De todas formas, también entran en juego otros factores, como los recursos técnicos disponibles (maquinaria, materiales, etc.) y la calidad del producto (no es lo mismo producir cinco zapatos de mala calidad en una hora que dos zapatos de máxima calidad en el mismo lapso).

Suele asociarse el rendimiento laboral a cuestiones como la estrategia, la capacitación, la remuneración y el entorno. Una persona que cuenta con conocimientos, recibe indicaciones precisas, está bien remunerada y trabaja en un contexto agradable, es probable que alcance un rendimiento laboral muy superior al que puede lograr un trabajador mal pagado, sin

formación y que se desempeña en un entorno insalubre.
(<https://significadoconcepto.com/rendimiento-laboral/>, 2019)

2.2.23 Resultado de Ejercicio

El resultado es una medida de la modificación que ha experimentado el neto patrimonial de una empresa en un periodo de tiempo como consecuencia de su actividad. Es decir, es la corriente de renta (positiva o negativa) generada por el uso de riqueza (patrimonio) en un ejercicio.

El resultado de un ejercicio en términos generales se determina por el método basado en las transacciones. Este método consiste en reflejar, durante el ejercicio, los correspondientes ingresos y gastos en su cuenta respectiva, y al finalizar el mismo, trasladar su saldo a la cuenta de Pérdidas y Ganancias. Su diferencia, permite obtener el resultado del ejercicio. Si la cuenta de Perdida y Ganancias tiene saldo acreedor ($\text{ingresos} > \text{gastos}$) existe un beneficio, si tiene saldo deudor ($\text{Gastos} > \text{Ingresos}$) existe una perdida. (www.plangeneralcontable.com/?tit=129-resultados-del-ejercicio, 2019)

2.2.24 Toma de decisiones

Para el ser humano, la toma de decisiones es uno de los actos de mayor trascendencia, esto se debe a que elegir hacer algo que pudiera traer consecuencias desfavorables genera conflicto y dudas.

Hay que tener en cuenta que la toma de decisiones se hace basada en las experiencias previas, además cada persona tiene una manera de afrontar la resolución de problemas, de acuerdo a sus conocimientos e historia

La *toma de decisiones* es una capacidad netamente humana, deriva del poder de la razón y el poder de la voluntad, es decir, pensamiento y querer unidos en la misma dirección.

Es el proceso de analizar, organizar y planificar en busca de un propósito específico. Recurrentemente, los seres humanos deben elegir entre diferentes opciones, aquella que según su criterio es la más acertada.

Se puede presentar en diferentes contextos: a nivel personal, familiar, laboral, social, sentimental, económico, empresarial, etc. Es decir, en todo momento se presenta la toma de decisiones, la diferencia radica en la forma en la cual se llega a ellas.

Para el administrador o gerente tomar decisiones representa una de las mayores responsabilidades que debe asumir a nivel laboral. Tomar la decisión correcta es una de las metas de quienes practican la gerencia, para ello deben contar con ciertos conocimientos, una amplia experiencia en el tema y seguridad personal.

¿Cómo se toman las decisiones en las organizaciones?

En la gerencia la toma de decisiones, trabaja a la par de las cuatro funciones administrativas: Planeación, Organización, Dirección y Control.

En muchos casos se toman mediante dos mecanismos:

- **Racionalidad:** Proceso donde se elaboran modelos sencillos en los que analizan las características de los problemas sin enfatizar en la complejidad.
- **Intuición:** Es un enfoque donde las decisiones se toman inconscientemente, por experiencia dilatada

En otros casos se usan modelos definidos que ayudan a la toma asertiva.

Modelo Racional

Es uno de los modelos más usados por la gerencia, considera el comportamiento humano con la idea de que las personas maximizan el valor bajo ciertas restricciones. Cada persona tiene metas y clasifica sus acciones de acuerdo a la contribución de estas metas para finalmente seleccionar la alternativa de valor más alto en términos de retribución.

Pasos:

- Definir el problema.
- Identificar los criterios existentes para la decisión.
- Distribuir ponderaciones a los criterios.
- Desarrollar una serie de posibles alternativas.
- Analizar estas alternativas y seleccionar la mejor

Elementos de la toma de decisiones gerencial

- **Información:** Es importante para manejar los aspectos a favor o en contra del problema, de esta manera definir las limitaciones. Si no se puede obtener información específica, la decisión debe basarse en la información disponible, así la misma sea información a nivel general.
- **Conocimientos:** Para tomar cualquier decisión se debe tener conocimiento del entorno circunstancial del problema, de esta manera seleccionar un curso de acción. Si se carece de conocimiento, es fundamental buscar asesoría.
- **Experiencia:** Cuando un gerente ha tomado decisiones constantemente, con resultados buenos y malos le

proporcionan experiencia, información para el futuro, que pudiera ser usado en algún problema similar, a partir de esta establecer un plan de acción. Si carece de experiencia la tendencia es experimentar, cabe destacar que los problemas importantes no pueden solucionarse con experimentos ya que el riesgo es elevado.

- **Análisis:** Se hace a través de métodos específicos, cuando no se tiene uno, debe entonces confiar en la intuición.
- **Juicio:** Es necesario para utilizar acertadamente la información, los conocimientos, la experiencia y el análisis

Importancia de la toma de decisiones

Constituye un aspecto primordial de la alta gerencia, un buen gerente es aquel que maneja adecuadamente la responsabilidad de tomar decisiones acertadas, ya que diariamente toman grandes decisiones que suponen riesgos para las organizaciones.

Decidir implica adoptar una posición y la elección de un camino a seguir, el cual requiere información interna y externa de la organización.

Es parte fundamental del proceso de planeación, ayuda a mantener la armonía y la eficiencia organizacional.

Una decisión acertada tomada bajo un buen procedimiento nos ahorrara tiempo, esfuerzo, energía y dinero. Debido al avance tecnológico y la competencia, los gerentes una organización con un óptimo crecimiento y desarrollo. (FRANKLIN, 2001)

2.2.25 Variaciones

Existe variaciones en los costos indirectos de fabricación resultantes se comparan con los costos estándar aplicados a la

producción, para determinar eventuales variaciones o desvíos. Y ello es así porque, seguramente los costos indirectos de fabricación aplicados (mejor dicho la carga fabril estándar) no coincidirán con los reales, y la diferencia entre ambos será la variación total de este elemento del costo.

2.2.26 MARCO SITUACIONAL

Los restaurants de comidas típicas en la provincia de Chanchamayo. Presentan diferentes ingresos como resultados económicos, algunos de ellos no llevan contabilidad completa al estar comprendidos en el Régimen Especial del Impuesto a la Renta (RER). Otros están comprendidos en el Régimen Mype Tributario y algunos de ellos están en el Régimen General; asimismo los restaurants de comidas típicas en la provincia de Chanchamayo, no está obligado a llevar Contabilidad de Costos, por no alcanzar a 1,500 UIT según lo establece el inciso a) del artículo 35 del Reglamento de la Ley del Impuesto a la Renta, razón por la cual no tiene el efectivo control de costos en sus restaurants; Sin embargo las gerencias requieren conocer el rendimiento de cada producto.

2.3 Definición de términos básicos

- a. **Materiales.-** Son los principales recursos que se usan en la producción, estos se transforman en bienes terminados con la adición de la mano de obra y los costos indirectos de fabricación.
- b. **Mano de Obra.-** Es el esfuerzo físico o mental empleados en la fabricación de un producto los costos de mano de obra se dividen en directa e indirecta.
- c. **Costos Indirectos de Fabricación.-** Este pool de costos se utiliza

para acumular los materiales indirectos, mano de obra indirecta y todos aquellos costos indirectos de fabricación que no pueden identificarse directamente con el producto como por ejemplo, alquileres, energía, calefacción, etc.

- d. **Costos Variables o Directos.**- Son aquellos que tienden a fluctuar en proporción al volumen total de la producción, de venta de artículos o la prestación de un servicio, se incurren debido a la actividad de la empresa. Son aquellos cuya magnitud fluctúa en razón directa o casi directamente proporcional a los cambios registrados en los volúmenes de producción o venta, por ejemplo: la materia prima directa, la mano de obra directa cuando se paga destajo, impuestos sobre ingresos, comisiones sobre ventas.
- e. **Costos fijos:** Son aquellos que en su magnitud permanecen constantes o casi constantes, independientemente de las fluctuaciones en los volúmenes de producción y/o venta. Resultan constantes dentro de margen determinado de volúmenes de producción o venta.
- f. **Costos Primos:** Solos los materiales directos y la mano de obra directa, los costos directamente relacionados con la producción.
- g. **Costos históricos:** Son los que se incurrieron en un determinado periodo.
- h. **Costos predeterminados:** Son los que estiman con bases a estadísticas y se utilizan para elaborar presupuestos.
- i. **Contrato de Locación de Servicios:** Por la locación de servicios el locador se obliga sin estar subordinado al comitente a prestarle sus servicios por cierto tiempo o para un trabajo determinado, a cambio de una retribución, sin que medie vínculo laboral.

- j. **Remuneraciones:** Comprende el salario o el sueldo ordinario así como bonificaciones, gratificación y cualquier otro emolumento pagado por el empleador, en este caso el estado, al trabajador que presta servicios en la Administración Pública; según sea la modalidad o condición del servicio.
- k. **Toma de decisiones.-** Es la resolución que se toma frente a una circunstancia económica y administrativa, resoluciones para realizar acciones o actividades en una institución.
- l. **Empresa:** Organización constituida por personas naturales sucesiones indivisas o personas jurídicas, que se dediquen a cualquier actividad lucrativa de extracción, producción, comercio o servicios industriales, comerciales o similares, con excepción de las asociaciones y fundaciones que no tienen dicho fin lucrativo. Tiene personería jurídica y deben estar constituidas legalmente.
- m. **Servicio:** Actividades, beneficios o satisfacciones que se ponen a la venta o que una persona puede ofrecer a la otra, son esencialmente intangibles y no culminan en la adquisición de una propiedad.
- n. **Tarjeta de costo estándar:** Para cada producto se prepara una tarjeta de costos estándar. Esta tarjeta revela las distintas operaciones por las cuales atraviesa el producto, los materiales que se utilizan, y el costo unitario y total de las materias primas, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación.
- o. **Eficacia:** Consiste en alcanzar los resultados deseados, los cuales vienen definidos en función del cliente. Por ello, todas las mediciones relacionadas con la eficacia van dirigidas hacia el cliente.
- p. **Eficiencia:** Se refiere a aspectos internos, que no se relacionan con los clientes, sin embargo, si son importantes, debiéndose establecer

mediciones en las que proceda.

2.4 Formulación de hipótesis

2.4.1 Hipótesis general

Si aplicamos el sistema de costeo estándar entonces el control de costos será efectivo de los restaurants de comidas típicas en la provincia de Chanchamayo, periodo 2019.

2.4.2 Hipótesis específicas

- Si aplicamos el registro contable, entonces se determinara la eficiencia de los restaurants de comidas típicas en la provincia de Chanchamayo, periodo 2019.
- Si, evaluamos continuamente la demanda de mercado, entonces se determinará el precio del menú de manera razonable de los restaurants de comidas típicas en la provincia de Chanchamayo, periodo 2019.
- Si, el capital humano es productivo, entonces contribuye a que el capital económico sea rentable para la toma de decisiones de los restaurants de comidas típicas en la provincia de Chanchamayo, periodo 2019.

2.5 Identificación de variables

Variable independiente (V.I.)

Variable dependiente (V.D.)

V.I. Causa:	Sistema de Costeo Estándar
V.D. Efecto:	Control de Costos

2.6 Definición operacional de variables e indicadores

Cuadro N° 02

	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICACIONES
GENERAL	X. SISTEMA DE COSTEO ESTANDAR	Contabilidad de costos	- Costo total y costo unitario - Toma de decisiones
	Y. CONTROL DE COSTOS	Variaciones	- Materia prima - Mano de obra - Costos indirectos
	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
ESPECIFICOS	X1. REGISTRO CONTABLE	Contabilidad de costos	- Estados financieros
	Y1. EFICIENCIA	Gestión de restaurants de comidas típicas	- Rendimiento económico
	X2. DEMANDA DE MERCADO	Investigación de mercado	- Oferta - Cantidad demandada
	Y2. PRECIO DEL MENU	Precio de mercado	- Precio razonable según insumo utilizado
	X3 CAPITAL HUMANO	Rendimiento laboral	- Productividad
	Y3 CAPITAL ECONOMICO	Resultado del ejercicio	- Rentabilidad

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1 Tipo de investigación

El tipo de investigación es **aplicada**, por cuanto se interesa en la aplicación de los conocimientos a la solución de un problema práctico inmediato. (ACOSTA, 1995). De la misma manera porque se está aplicando un sistema de contabilidad de costos perfectos de control de costos.

3.2 Métodos de investigación

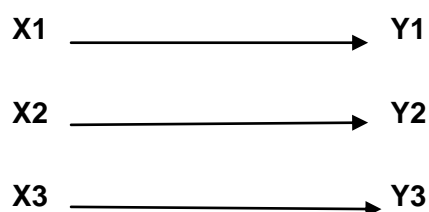
La presente es una investigación no experimental cuantitativa.

La investigación no experimental cuantitativa, se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios en los que no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables (Hernández Sampiere, Fernandez Collado, & Baptista Lucio, 2014).

3.3 Diseño de investigación

El diseño de investigación es transversal: causal.

El esquema es el siguiente:



X: Variable independiente

Y: Variable dependiente

El diseño transversal correlacional - causal, describen relaciones entre dos o más categorías, conceptos o variables en un momento determinado. A veces, únicamente en términos correlacionales, otras en función de la relación causa-efecto (causales) (Hernández Sampiere, Fernandez Collado, & Baptista Lucio, 2014).

3.4 Población y muestra

3.4.1 Población del estudio

La población del estudio abarca la Provincia de Chanchamayo, Departamento de Junín.

3.4.2 Población Social

La población social estará constituida por los restaurantes de comidas típicas de la Provincia de Chanchamayo, Departamento de Junín.

3.4.3 Unidad de Análisis

La unidad de análisis estará constituida por el número total de 22 restaurantes de comidas típicas de la Provincia de Chanchamayo, Departamento de Junín. (Dirección Regional de Industria y Turismo, junin).

3.4.4 Muestra de la investigación

Debido a que la población es pequeña, es necesario considerar en la muestra de la investigación la misma cantidad de la unidad de análisis, lo cual permitirá un análisis profundo de la realidad.

3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas: Encuesta y análisis documental.

Matriz de consistencias en la construcción de instrumentos de la investigación.

N o	Nombre del Instrumento	Informantes	Aspectos a informar
01	Cuestionario	• 22 restaurants de comidas típicas de la Provincia de Chanchamayo, Departamento de Junín.	• Variables de estudio
02	Guía análisis documental	• Información bibliográfica y electrónica.	• Variables de estudio

3.6 Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Antes de aplicar el cuestionario, para verificar su confiabilidad, vamos a analizar con la prueba de fiabilidad de alfa de cronbach, con el programa computacional SPSS (Statistical Package for Social Sciences), Versión 23.

Se tabulará la información a partir de los datos obtenidos, haciendo uso del programa computacional Excel y SPSS versión 24.

Para el análisis de los resultados, se utilizará el estadístico de Correlación de Rho Spearman.

3.7 Tratamiento estadístico

Se utilizó el software SPSS Versión 24 y los estadísticos de Correlación de Rho Spearman.

3.8 Selección, validación y confiabilidad de los instrumentos de investigación

Antes de ejecutar la aplicación de las técnicas e instrumentos de recolección de datos, primero se ha procedido a la elaboración de los instrumentos de recolección de información para luego **validar adecuadamente** conforme a los procedimientos que exige un trabajo de investigación científica, que conduce a la demostración de las hipótesis, en cumplimiento a los objetivos del presente trabajo; por lo que detallamos metodológicamente a continuación:

- Se ha elaborado los instrumentos de recolección de datos para la aplicación de la encuesta a los involucrados, es decir a los 22 restaurants de comidas típicas de la Provincia de Chanchamayo, Departamento de Junín. (Dirección Regional de Industria y Turismo, junin) las cuales son integrantes de la muestra, para posteriormente validarlos.
- Luego se ha aplicado una “Prueba Piloto” con los instrumentos previamente elaborados, con el objetivo de realizar algunas correcciones pertinentes si hubiera dicha necesidad y así como poder calcular el tiempo necesario que se requiere para la aplicación y recopilación de las respuestas entre el primero y el último que entrega la encuesta, para lo cual se ha tomado el 10% del total de la muestra.

3.9 Orientación ética

La aceptabilidad ética del presente tema de investigación se guía por cinco principios éticos en cuanto se involucre a seres humanos. Estos principios éticos tienen como base legal a **nivel Internacional**: el Código de Nuremberg, la Declaración de Helsinki y la Declaración Universal sobre bioética y derechos Humanos de la UNESCO. **En el ámbito nacional**, se reconoce la legislación peruana para realizar trabajos de investigación. (Comité institucional de ética en Investigación).

En el ámbito de la presente tesis de investigación se trabajó con personas, (representantes de los restaurants de comidas típicas de la Provincia de Chanchamayo, Departamento de Junín), respetando su dignidad humana, su identidad, su diversidad, la confidencialidad y su privacidad. Este principio no solamente implicará que las personas que son sujetos de investigación participen voluntariamente en la investigación y dispongan de información adecuada, sino también involucrará el pleno respeto de sus derechos fundamentales, en particular si se encuentran en situación de especial vulnerabilidad.

Los investigadores ejercieron un juicio razonable en la presente tesis de investigación, y se tomó las precauciones necesarias para asegurarse de que sus sesgos, y las limitaciones de sus capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren prácticas injustas. Se reconoce que la equidad y la justicia otorgan a todas las personas que participan en la investigación derecho a acceder a sus resultados. Los investigadores están también obligados a tratar equitativamente a quienes participan en los procesos, procedimientos y servicios asociados a la investigación.

En materia de publicaciones científicas, los investigadores evitaron incurrir en faltas deontológicas por las siguientes incorrecciones:

- Falsificar o inventar datos total o parcialmente
- Plagiar lo publicado por otros autores de manera total o parcial.
- Incluir como autor a quien no ha contribuido sustancialmente al diseño y realización del trabajo de investigación y publicar repetidamente los mismos hallazgos.
 - Las fuentes bibliográficas utilizadas en el presente tema de investigación deben citarse cumpliendo las normas APA o VANCOUVER, según corresponda; respetando los derechos de autor.
 - El investigador debe guardar la debida confidencialidad sobre los datos de las personas involucradas en la investigación. En general deberá garantizar el anonimato de las personas participantes.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Descripción del trabajo de campo

En el trabajo de campo, después de validar los instrumentos se desarrolló con normalidad logrando con éxito lo planificado y de esta manera cumplir con los objetivos de la investigación, permitiendo realizar la aplicación de los instrumentos previstos en el presente trabajo.

En la mayoría de casos hubo una buena predisposición por responder las preguntas del instrumento.

4.2 Presentación, análisis e interpretación de resultados

INDICADOR: SISTEMA DE COSTOS ESTANDAR

Tabla N° 1

PREGUNTA N° 01

¿Cree Ud. Que utilizando el sistema de costeo estándar va a beneficiar a los dueños de los restaurants de comidas típicas en la toma de decisiones?

	Frecuencia	%	% Válido	% Acumulado
Totalmente de acuerdo	6	27.27	27.27	27.27
De acuerdo	13	59.09	59.09	86.36
En desacuerdo	1	4.55	4.55	90.91
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	90.91
No sabe / no opina	2	9.09	9.09	100
TOTAL	22	100	100	

Fuente: Resultado de encuesta

Elaborado: por los tesistas - 2019

Gráfico N° 1



Interpretación:

Cómo podemos observar la tabla y el gráfico N° 1, el 59.09% de los conductores de negocios de restaurants de comidas típicas en la provincia de Chanchamayo, están de acuerdo, manifiestan que les beneficiaría si emplean el sistema de costeo estándar en la toma de decisiones; el 27.27% de los entrevistados están totalmente de acuerdo y el 9.09% no sabe no opina, porque no tiene conocimiento del tema.

INDICADOR: CONTROL DE COSTOS**Tabla N° 2****PREGUNTA N° 02**

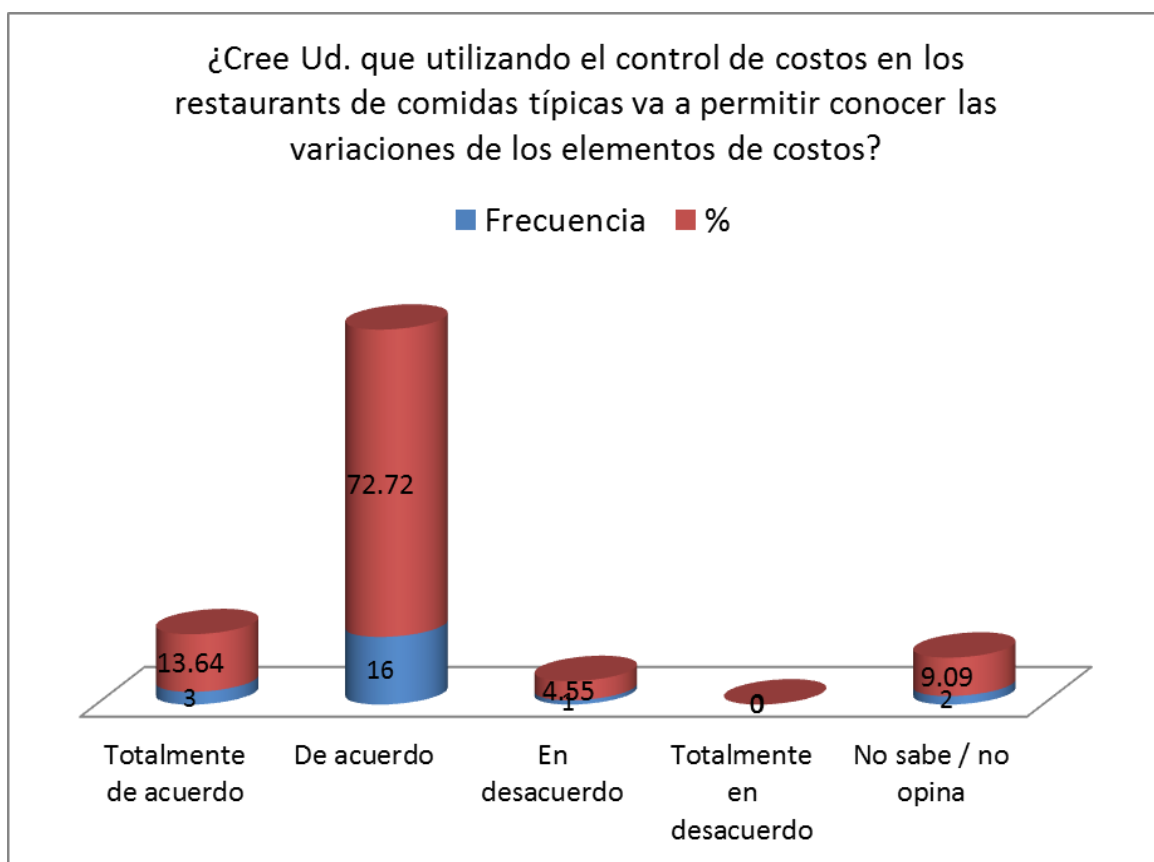
¿Cree Ud. Que utilizando el control de costos en los restaurants de comidas típicas va a permitir conocer las variaciones de los elementos de costos?

	Frecuencia	%	% Válido	% Acumulado
Totalmente de acuerdo	3	13.64	13.64	13.64
De acuerdo	16	72.72	72.72	86.36
En desacuerdo	1	4.55	4.55	90.91
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	90.91
No sabe / no opina	2	9.09	9.09	100
TOTAL	22	100	100	

Elaborado: por los tesisistas - 2019

Fuente: Resultado de encuesta

Gráfico N° 2



Interpretación:

Cómo podemos observar la tabla y el gráfico N° 2, el 72.72% de los conductores de negocios de restaurants de comidas típicas en la provincia de Chanchamayo, están de acuerdo, manifiestan que empleando un control de costos permitirá conocer las variaciones de los elementos de costos; el 13.64% de los entrevistados están totalmente de acuerdo y el 9.09% no sabe no opina.

INDICADOR: REGISTRO CONTABLE

Tabla N° 3

PREGUNTA N° 03

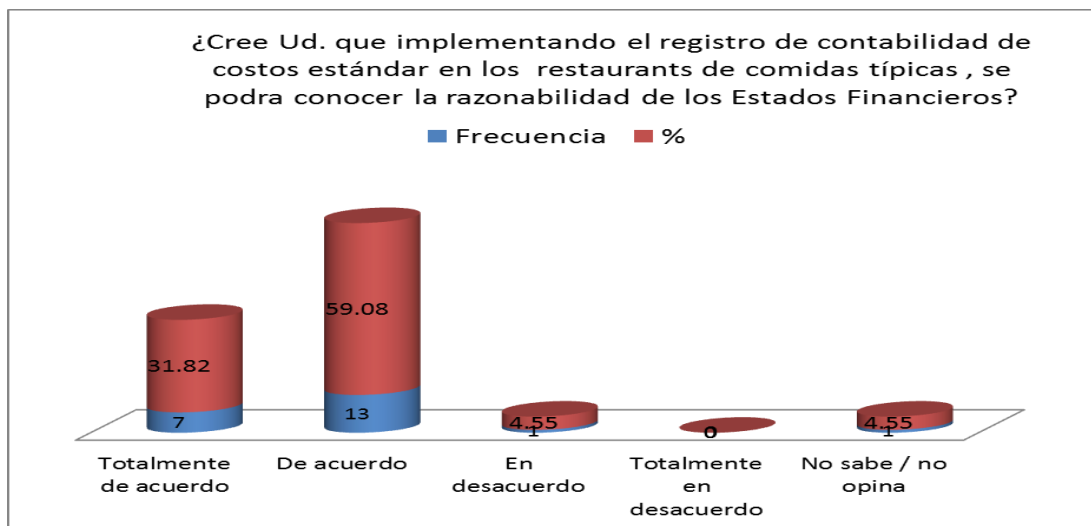
¿Cree Ud. que implementando el registro de la contabilidad de costos estándar en los restaurants de comidas típicas, se podrá conocer la razonabilidad de los Estados Financieros?

	Frecuencia	%	% Válido	% Acumulado
Totalmente de acuerdo	7	31.82	31.82	31.82
De acuerdo	13	59.08	59.08	90.90
En desacuerdo	1	4.55	4.55	95.45
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	95.45
No sabe / no opina	1	4.55	4.55	100
TOTAL	22	100	100	

Fuente: Resultado de encuesta

Elaborado: por los tesistas - 2019

Gráfico N° 3



Interpretación:

Cómo podemos observar la tabla y el gráfico N° 3, el 59.08% de los conductores de negocios de restaurants de comidas típicas en la provincia de Chanchamayo, están de acuerdo que implementando el registro de contabilidad de costos estándar se podrá conocer la razonabilidad de los Estados Financieros, mientras el 31.82% de los entrevistados están totalmente de acuerdo y sólo 4.55% no sabe no opina del tema.

INDICADOR: EFECTIVIDAD

Tabla N° 4

PREGUNTA N° 04

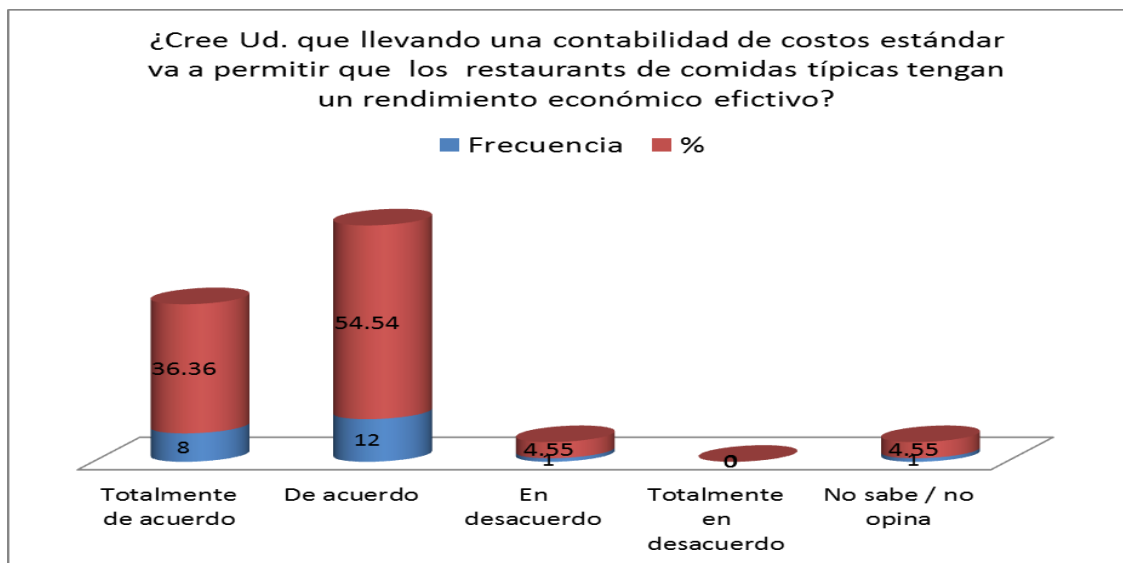
¿Cree Ud. que llevando una contabilidad de costos estándar va a permitir que los restaurants de comidas típicas tengan un rendimiento económico efectivo?

	Frecuencia	%	% Válido	% Acumulado
Totalmente de acuerdo	8	36.36	36.36	36.36
De acuerdo	12	54.54	54.54	90.90
En desacuerdo	1	4.55	4.55	95.45
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	95.45
No sabe / no opina	1	4.55	4.55	100
TOTAL	22	100	100	

Fuente: Resultado de encuesta

Elaborado: por los tesisistas - 2019

Gráfico N° 4



Interpretación:

Cómo podemos observar la tabla y el gráfico N° 4, el 54.54% de los conductores de negocios de restaurants de comidas típicas en la provincia de Chanchamayo, están de acuerdo, manifestando que llevando una contabilidad de costos estándar va a permitir que los restaurants de comidas típicas tengan un rendimiento económico efectivo, mientras el 36.36% siendo

una buena cantidad de los entrevistados están totalmente de acuerdo y sólo 4.55% no sabe no opina del tema.

INDICADOR: DEMANDA DE MERCADO

Tabla N° 5

PREGUNTA N° 05

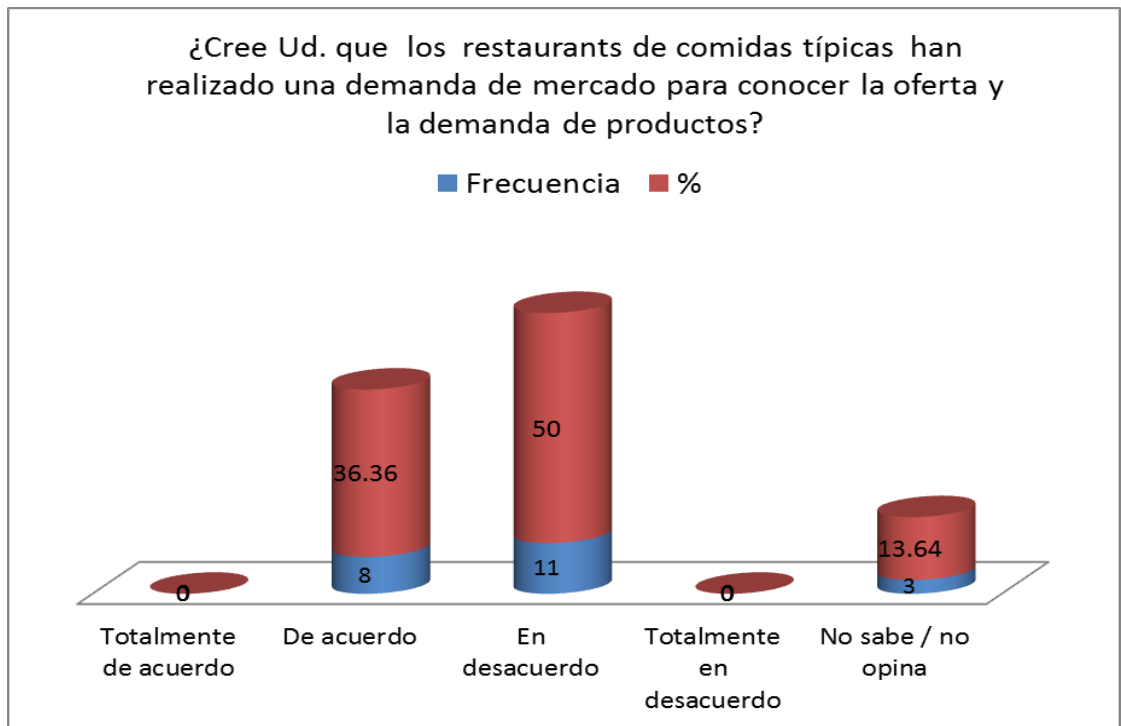
¿Cree Ud. que los restaurants de comidas típicas han realizado una demanda de mercado para conocer la oferta y la demanda de productos?

	Frecuencia	%	% Válido	% Acumulado
Totalmente de acuerdo	0	0	0	0
De acuerdo	8	36.36	36.36	36.36
En desacuerdo	11	50.00	50.00	86.36
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	86.36
No sabe / no opina	3	13.64	13.64	100
TOTAL	22	100	100	

Fuente: Resultado de encuesta

Elaborado: por los tesisistas - 2019

Gráfico N° 5



Interpretación:

Cómo podemos observar la tabla y el gráfico N° 5, el 50.00% de los conductores de negocios de restaurants de comidas típicas en la provincia de Chanchamayo, están en desacuerdo, esto nos dice que una gran mayoría de los restaurants no realizan una demanda de mercado para conocer la oferta y demanda de sus productos, mientras el 36.36% manifiestan estar de acuerdo y sólo el 13.64% no sabe no opina del tema.

INDICADOR: PRECIO DEL MENU**Tabla N° 6****PREGUNTA N° 06**

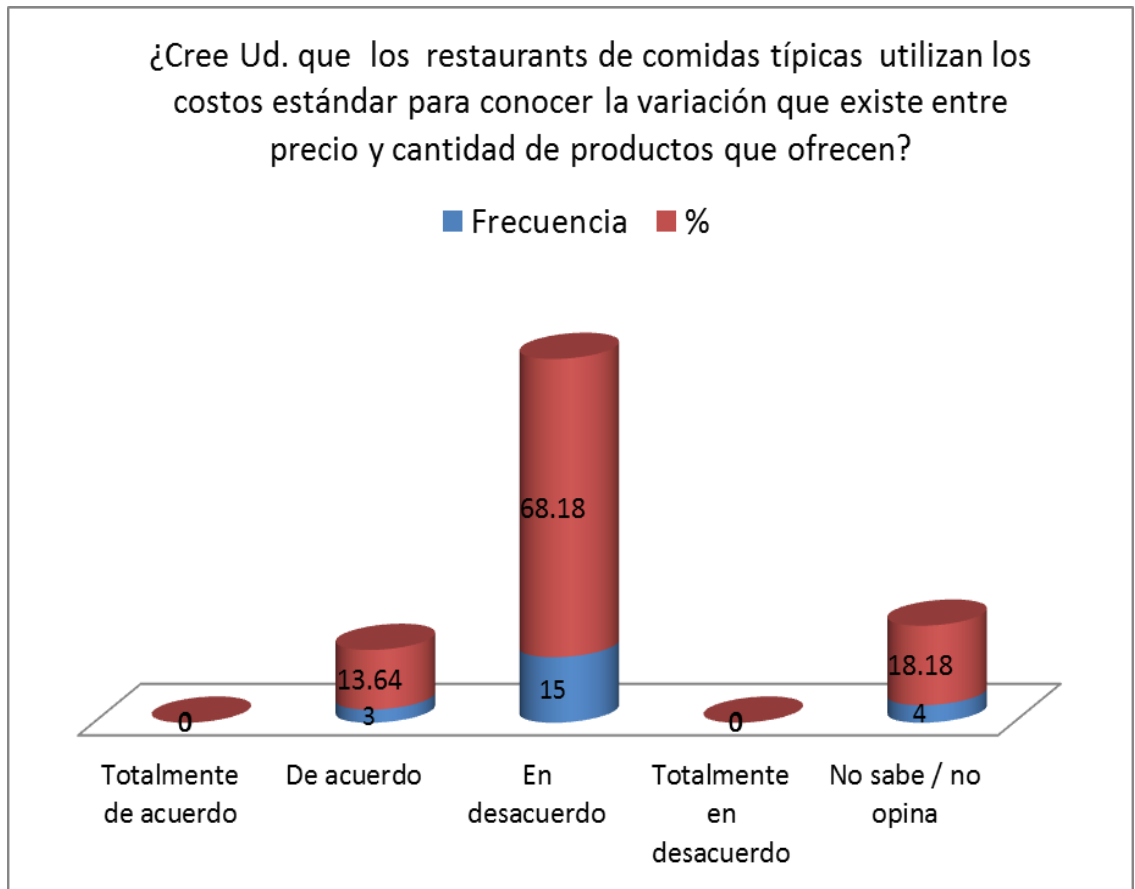
¿Cree Ud. que los restaurants de comidas típicas utilizan los costos estándar para conocer la variación que existe entre precio y cantidad de productos que ofrecen?

	Frecuencia	%	% Válido	% Acumulado
Totalmente de acuerdo	0	0	0	0
De acuerdo	3	13.64	13.64	13.64
En desacuerdo	15	68.18	68.18	81.82
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	81.82
No sabe / no opina	4	18.18	18.18	100
TOTAL	22	100	100	

Fuente: Resultado de encuesta

Elaborado: por los tesistas - 2019

Gráfico N° 6



Interpretación:

Cómo podemos observar la tabla y el gráfico N° 6, el 68.18% de los conductores de negocios de restaurants de comidas típicas en la provincia de Chanchamayo, están en desacuerdo, esto nos dice que una gran mayoría de los restaurants no realizan los costos estándar para conocer la variación que existe entre precio y cantidad de productos que ofrecen, mientras el 13.64% manifiestan estar de acuerdo y sólo el 18.18% no sabe no opina del tema.

INDICADOR: CAPITAL HUMANO

Tabla N° 7

PREGUNTA N° 07

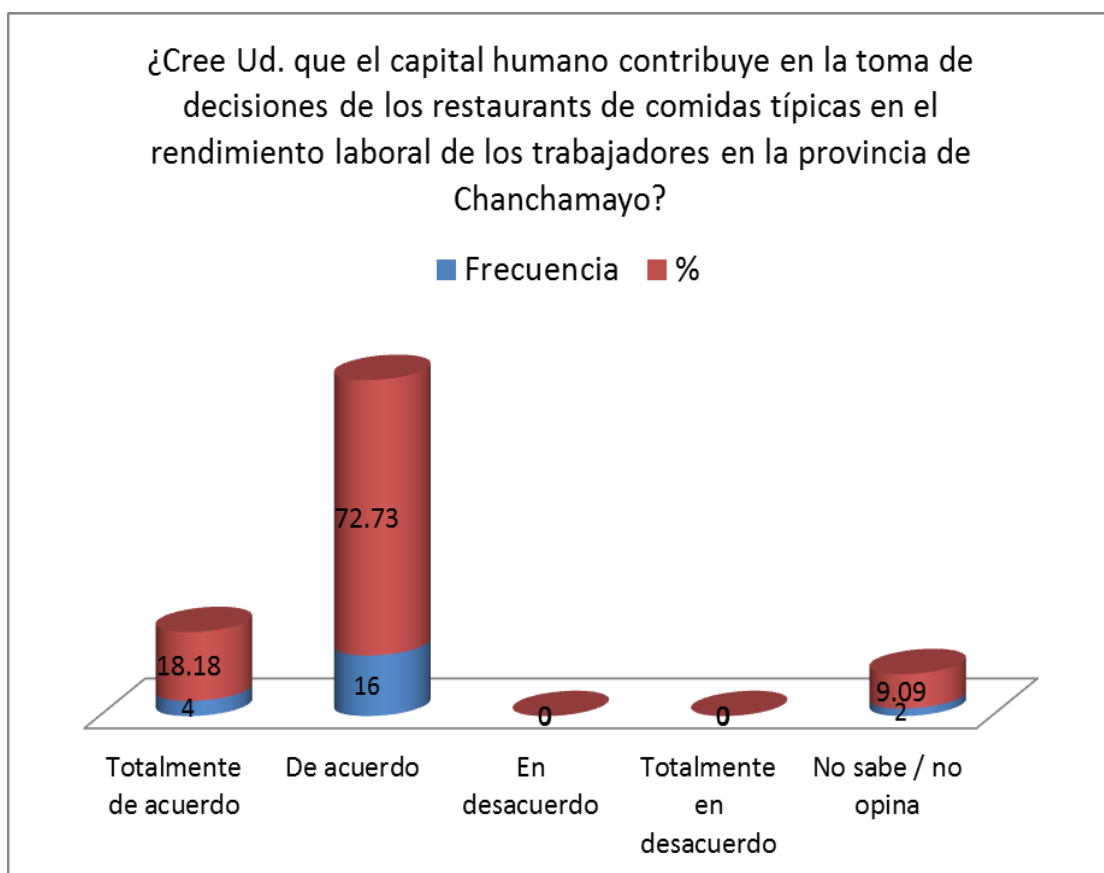
¿Cree Ud. que el capital humano contribuye en la toma de decisiones de los restaurantes de comidas típicas en el rendimiento laboral de los trabajadores en la provincia de Chanchamayo?

	Frecuencia	%	% Válido	% Acumulado
Totalmente de acuerdo	4	18.18	18.18	18.18
De acuerdo	16	72.73	72.73	90.91
En desacuerdo	0	0	0	90.91
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	90.91
No sabe / no opina	2	9.09	9.09	100
TOTAL	22	100	100	

Fuente: Resultado de encuesta

Elaborado: por los tesisistas - 2019

Gráfico N° 7



Interpretación:

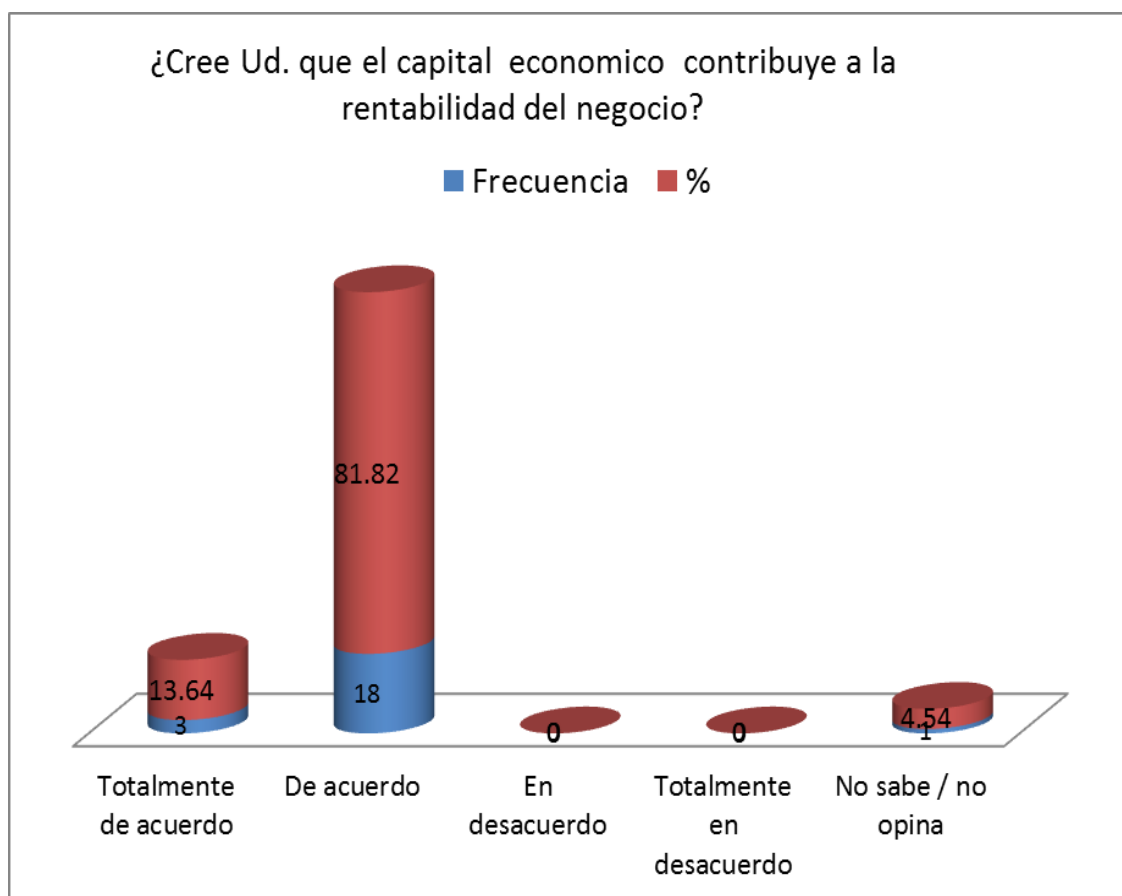
Cómo podemos observar la tabla y el gráfico N° 7, el 72.73% de los conductores de negocios de restaurantes de comidas típicas en la provincia de Chanchamayo, están de acuerdo que el capital humano contribuye en la toma de decisiones, mientras el 18.18% están totalmente de acuerdo y sólo el 9.09% no sabe no opina del tema.

INDICADOR: CAPITAL ECONÓMICO**Tabla N° 8****PREGUNTA N° 08****¿Cree Ud. que el capital económico contribuye a la rentabilidad del negocio?**

	Frecuencia	%	% Válido	% Acumulado
Totalmente de acuerdo	3	13.64	13.64	13.64
De acuerdo	18	81.82	81.82	95.46
En desacuerdo	0	0	0	95.46
Totalmente en desacuerdo	0	0	0	95.46
No sabe / no opina	1	4.54	4.54	100
TOTAL	22	100	100	

Fuente: Resultado de encuesta**Elaborado:** por los tesisistas - 2019

Gráfico N° 8



Interpretación:

Cómo podemos observar la tabla y el gráfico N° 8, el 13.64% de los conductores de negocios de restaurants de comidas típicas en la provincia de Chanchamayo, están totalmente de acuerdo y el 81.82% están de acuerdo que el capital económico contribuye a la rentabilidad del negocio, mientras que sólo el 4.54% no sabe no opina del tema.

4.3 Prueba de hipótesis

De acuerdo a la formulación del problema general y específicos, los objetivos e hipótesis formulados sobre el tema de investigación desarrollado, presento la contrastación y validación de las hipótesis formuladas de acuerdo a los resultados luego de la aplicación del trabajo de campo en donde se aplicó la encuesta como instrumento el cuestionario en relación al tema de investigación.

4.3.1 Sistema de costeo estándar y el control de costos

Hipótesis General

a) Hipótesis nula (Ho)

Si aplicamos el sistema de costeo estándar entonces el control de costos **NO** será efectivo de los restaurants de comidas típicas en la provincia de Chanchamayo, periodo 2019.

b) Hipótesis alternante (Ha)

Si aplicamos el sistema de costeo estándar entonces el control de costos será efectivo de los restaurants de comidas típicas en la provincia de Chanchamayo, periodo 2019.

c) Nivel significativo = 5%

d) Prueba estadística Correlación de Rho Spearman (software SPSS)

Tabla N° 9

RESULTADOS DEL ESTADÍSTICO DE CORRELACIÓN DE RHO SPEARMAN, HIPÓTESIS GENERAL

Correlaciones

			SISTEMA DE COSTEO ESTÁNDAR	EFFECTIVIDAD EN EL CONTROL DE COSTOS
Rho de Spearman	SISTEMA DE COSTEO ESTÁNDAR	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1 22	,490* ,0.34 22
	EFFECTIVIDAD EN EL CONTROL DE COSTOS	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,490* ,0.34 22	1 22

*. La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral)

e) Decisión

Según la correlación de Rho Spearman el valor de **P es 0.034**, siendo menor del valor 0.05, por lo que el coeficiente es **significativo**.

Siendo **P 0.034**, se **confirma la hipótesis alterna** (Ha) que es la hipótesis de estudio, por cuanto hay **significancia** y **se rechaza la hipótesis nula** (Ho). A su vez nos demuestra que hay dependencia entre las variables independientes y dependiente (causa y efecto, respectivamente).

4.3.2 El registro contable y eficiencia

Hipótesis Específica N° 1

a) Hipótesis nula (Ho)

Si aplicamos el registro contable, entonces **NO** se determinara la eficiencia de los restaurants de comidas típicas en la provincia de Chanchamayo, periodo 2019.

b) Hipótesis alternante (Ha)

Si aplicamos el registro contable, entonces se determinara la eficiencia de los restaurants de comidas típicas en la provincia de Chanchamayo, periodo 2019.

c) Nivel significativo = 5%

d) Prueba estadística Correlación de Rho Spearman (software SPSS)

Tabla N° 10

RESULTADOS DEL ESTADÍSTICO DE CORRELACIÓN DE RHO SPEARMAN, HIPÓTESIS ESPECÍFICA N° 01

Correlaciones			X1	Y1
Rho de Spearman	APLICACIÓN DEL REGISTRO CONTABLE	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	1	,390*
		N	22	22
	DETERMINACIÓN DE LA EFICIENCIA	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,390*	1
		N	22	22

*. La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral)

e) Decisión

Según la correlación de Rho Spearman el valor de **P es 0.037**, siendo menor del valor 0.05, por lo que el coeficiente es **significativo**.

Siendo **P 0.037**, se **confirma la hipótesis alterna** (H_a) que es la hipótesis de estudio, por cuanto hay **significancia** y **se rechaza la hipótesis nula** (H_0). A su vez nos demuestra que hay dependencia entre las variables independientes y dependiente (causa y efecto, respectivamente).

4.3.3 Demanda del mercado y determinación del precio del menú de manera razonable

Hipótesis Específica N° 2

a) Hipótesis nula (H_0)

Si, evaluamos continuamente la demanda de mercado, entonces **NO** se determinará el precio del menú de manera razonable de los restaurants de comidas típicas en la provincia de Chanchamayo, periodo 2019.

b) Hipótesis alternante (H_a)

Si, evaluamos continuamente la demanda de mercado, entonces se determinará el precio del menú de manera razonable de los restaurants de comidas típicas en la provincia de Chanchamayo, periodo 2019.

c) Nivel significante = 5%

d) Prueba estadística Correlación de Rho Spearman (software SPSS).

Tabla N° 11

RESULTADOS DEL ESTADÍSTICO DE CORRELACIÓN DE RHO SPEARMAN, HIPÓTESIS ESPECÍFICA N° 02

Correlaciones			X2	Y2
Rho de Spearman	DEMANDA DEL MERCADO	Coeficiente de correlación	1	,480*
		Sig. (bilateral)		,0.39
		N	22	22
	DETERMINACIÓN DEL PRECIO DEL MENU RAZONABLEMENTE	Coeficiente de correlación	,480*	1
		Sig. (bilateral)	,0.39	
		N	22	22

*. La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral)

e) Decisión

Según la correlación de Rho Spearman el valor de **P es 0.039**, siendo menor del valor 0.05, por lo que el coeficiente es **significativo**.

Siendo **P 0.039**, se **confirma la hipótesis alterna** (Ha) que es la hipótesis de estudio, por cuanto hay **significancia** y **se rechaza la hipótesis nula** (Ho). A su vez nos demuestra que hay dependencia entre las variables independientes y dependiente (causa y efecto, respectivamente).

4.3.4 Capital humano y capital económico para la toma de decisiones.

Hipótesis Específica N° 3

a) Hipótesis nula (Ho)

Si, el capital humano es productivo, entonces **NO** contribuye a que el capital económico sea rentable para la toma de decisiones de

los restaurants de comidas típicas en la provincia de Chanchamayo, periodo 2019.

b) Hipótesis alternante (Ha)

Si, el capital humano es productivo, entonces contribuye a que el capital económico sea rentable para la toma de decisiones de los restaurants de comidas típicas en la provincia de Chanchamayo, periodo 2019.

c) Nivel significativo = 5%

d) Prueba estadística Correlación de Rho Spearman (software SPSS)

Tabla N° 12

RESULTADOS DEL ESTADÍSTICO DE CORRELACIÓN DE RHO SPEARMAN, HIPÓTESIS ESPECÍFICA N° 03

Correlaciones			X3	Y3
Rho de Spearman	CAPITAL HUMANO	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	1	,355*
		N	22	22
	CAPITAL ECONOMICO PARA LA TOMA DE DECISIONES	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,355*	1
		N	22	22

*. La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral)

e) Decisión

Según la correlación de Rho Spearman el valor de **P es 0.031**, siendo menor del valor 0.05, por lo que el coeficiente es **significativo**.

Siendo **P 0.031**, se **confirma la hipótesis alterna** (H_a) que es la hipótesis de estudio, por cuanto hay **significancia** y **se rechaza la hipótesis nula** (H_0). A su vez nos demuestra que hay dependencia entre las variables independientes y dependiente (causa y efecto, respectivamente).

4.4 Discusión de resultados

Tras la exposición y análisis de resultados realizados en el capítulo anterior, se describen a continuación los corolarios de nuestra investigación, y se comentan los hallazgos obtenidos en nuestra tesis.

Aspectos a tener en cuenta para el análisis y discusión de los resultados de la encuesta realizada:

- La variable independiente: **Sistema de costeo estándar:**
 - Alto:** Adecuada implementación del Sistema de costeo estándar.
 - Medio:** Medianamente adecuada implementación del Sistema de costeo estándar.
 - Bajo:** Inadecuada implementación del Sistema de costeo estándar.
- En cuanto a la variable dependiente: **Control de costos.**
 - Alto:** Adecuado control de costos.
 - Medio:** Medianamente adecuado control de costos.
 - Bajo:** Inadecuado control de costos.

Tomando en cuenta los parámetros indicados se realiza el análisis y la discusión de los datos obtenidos en la encuesta.

COEFICIENTE DE CORRELACIÓN (R_{xy}), es una medida descriptiva de la intensidad de la relación lineal entre dos variables X,Y (variable independiente y dependiente, respectivamente). Un valor de + 1 indica que las dos variables están perfectamente relacionadas en un sentido lineal positivo (Anderson, Sweeney, & Williams, 2012).

- **Hipótesis general.**

Indicador : Aplicación del sistema de costos estándar (causa).

Indicador : Efectividad del control de costos (efecto).

Según la Tabla 09: RESULTADO DEL ESTADÍSTICO DE RHO SPEARMAN, HIPÓTESIS GENERAL. Se tienen los siguientes resultados:

Nivel de significancia 0.034, por tanto P es menor del valor 0.05, por lo que se confirma la hipótesis alterna (H_a) (hipótesis de estudio).

La correlación es de 0.490, existiendo una **correlación de las variables positiva muy fuerte**; sin embargo, no evalúa la causalidad de las variables, ya que la prueba en sí no considera a una como independiente y a otra como dependiente.

Consecuentemente se ha determinado que la ineficiencia o no aplicación del sistema de costeo estándar, incide de manera desfavorable en la efectividad del control de costos de los restaurants de comidas típicas en la provincia de Canchamayo, periodo 2019

- **Hipótesis específico 1.**

Indicador : Aplicación del registro contable (causa).

Indicador : Determinación de la eficiencia de los restaurants de comidas típicas (efecto).

Según la Tabla 10: RESULTADO DEL ESTADÍSTICO DE CORRELACIÓN DE RHO SPEARMAN, HIPÓTESIS ESPECÍFICO 1. Se tienen los siguientes resultados:

Nivel de significancia 0.037, por tanto P es menor del valor 0.05, por lo que se confirma la hipótesis alterna (Ha) (hipótesis de estudio).

La correlación es de 0.390, existiendo una **correlación de las variables positiva muy fuerte**; sin embargo, no evalúa la causalidad de las variables, ya que la prueba en sí no considera a una como independiente y a otra como dependiente.

Consecuentemente se ha determinado que la inadecuada aplicación del registro contable, incide de manera desfavorable en la determinación de la eficiencia de los restaurants de comidas típicas de la Provincia de Chanchamayo.

- **Hipótesis específico 2.**

Indicador : Evaluación continua de la demanda de mercado (causa).

Indicador : Determinación del precio de menú de manera razonable de los restaurants (efecto).

Según la Tabla 11: RESULTADO DEL ESTADÍSTICO DE CORRELACIÓN DE RHO SPEARMAN, HIPÓTESIS ESPECÍFICO 2. Se tienen los siguientes resultados:

Nivel de significancia 0.039, por tanto P es menor del valor 0.05, por lo que se confirma la hipótesis alterna (Ha) (hipótesis de estudio).

La correlación es de 0.480, existiendo una **correlación de las variables positiva muy fuerte**; sin embargo, no evalúa la causalidad de las variables, ya que la prueba en sí no considera a una como independiente y a otra como dependiente.

Consecuentemente se ha determinado que la no evaluación de la demanda de mercado, incide de manera desfavorable en la determinación del precio de menú de manera razonable de los restaurants.

- **Hipótesis específico 3.**

Indicador : Capital humano productivo (causa).

Indicador : Capital económico rentable para la toma de decisiones (efecto).

Según la Tabla 12: RESULTADO DEL ESTADÍSTICO DE CORRELACIÓN DE RHO SPEARMAN, HIPÓTESIS ESPECÍFICO 3. Se tienen los siguientes resultados:

Nivel de significancia 0.031, por tanto P es menor del valor 0.05, por lo que se confirma la hipótesis alterna (H_a) (hipótesis de estudio).

La correlación es de 0.355, existiendo una **correlación positiva muy fuerte**; sin embargo, no evalúa la causalidad de las variables, ya que la prueba en sí no considera a una como independiente y a otra como dependiente.

Consecuentemente se ha determinado que si el capital humano no es productivo, entonces incidirá de manera desfavorable a que el capital económico sea rentable para la toma de decisiones.

CONCLUSIONES

1. **El sistema de costeo estándar es efectiva en el control de costos de los restaurants de comidas típicas de la provincia de Chanchamayo.**

De acuerdo al objeto general en el plan de investigación se comprobó que los restaurants de comidas típicas deben implementar un diseño de un sistema de costos estándar, lo que permite optimizar el control en el consumo de materias primas, utilización de los recursos humanos y gastos que se generen en el proceso productivo. Así mismo contribuye tomar decisiones en forma oportuna y así poder ser más competitivos ante el logro de un control de costo más exigente. (Conclusión general)

2. **Los registros contables bajo el sistema de costeo estándar.**

De acuerdo a la contratación de hipótesis hay una relación directa entre el registro contable y la eficiencia. Según la información realizada en las encuestas en su mayoría (90.9%) están de acuerdo que implementando el registro de contabilidad de costos estándar se podrá conocer los resultados financieros a tiempo, lo cual facilita a la gerencia la toma de decisiones de manera eficiente. (Conclusión específica N° 1)

3. **Demanda de mercado bajo la determinación del precio de venta**

Según la prueba de hipótesis, hay una relación directa entre la demanda de mercado y precio del menú, en su mayoría los restaurants de comidas típicas no realizan una demanda de mercado continua de la oferta y la demanda de producto, porque lo efectúan simplemente en función a los insumos, algunos de ellos comparando los ingresos y gastos o bajo otras formas empíricas. (Conclusión específica N° 2)

4. **Capital humano y capital económico /inversión.**

En la prueba de hipótesis se presenta una relación directa entre el capital humano y capital económico, siendo así que los estados financieros,

determinan la productividad a través de la capacidad humana aportando al rendimiento económico del establecimiento. (Conclusión específica N° 3)

RECOMENDACIONES

1. Implementar un Sistema de Costeo Estándar en los restaurants de comidas típicas de la Provincia de Chanchamayo, con la finalidad de efectuar un control de costos en forma efectiva y determinar el rendimiento económico.
2. Aplicar el registro contable de manera oportuna en los restaurants de comidas típicas de la Provincia de Chanchamayo, para una eficiente toma de decisiones.
3. Evaluar de manera continua la demanda de mercado competitiva y mantener el precio del menú razonable.
4. Incentivar a los trabajadores a través de capacitaciones, charlas para el eficiente desempeño de sus funciones, para la toma de decisiones y un buen resultado económico en los restaurants de comidas típicas de la Provincia de Chanchamayo.

BIBLIOGRAFÍA

Referencias Bibliográficas

- APAZA MEZA, M. (2006). *Balanced Scprecad. Gerencia Estrategia y del Valor*
Perú: Lima. Editorial Pacifico.
- BACKER, MORTON y JACOBSEN, LYLE. (1987) “*Contabilidad de Costos, Un Enfoque Administrativos y de Gerencia*”. Bogotá Edit. Mc. Graf Hill.
- BARRIE G. Y JAMES J. PLUNKETT. (1983). “Los Costos en la Calidad”. México
Editorial Iberoamericana.
- CASHIN JAMES A./ POLIMANI S. RAPH . (2011) “*Contabilidad de Costos*”
- EUGENE F. BRIGDMAN. (1987). “*Contabilidad de Costos*”. España:
- GOMEZ AGUIRRE, ANTONIO. (2007). “*Contabilidad Sectorial*” Perú: Lima.
Editorial – Contadores y Empresas
- HERNÁNDEZ SAMPIERE, R., FERNANDEZ COLLADO, C., & BAPTISTA
LUCIO, M. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta Edición ed.).
México: McGRAW - HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- ISIDRO CHAMBERGO, G. (2009). “*Análisis de Costos y Presupuestos en el Planeamiento Estratégico Gerencial*”. Perú. Agosto 2009. Publicación
TI – 182.
- PINO GOTUZZO, R. (2008). “*Metodología de la Investigación*”. Perú: Lima.
Editorial San Marcos.
- POLIMENI, RALOH Y OTROS. (1987). “*Concepto y Aplicaciones para la Toma de Decisiones Gerenciales*” México Edit. Mc. Graf Hill.
- RAMIREZ PADILLA, D. (1997). “*Contabilidad Administrativa*”. México. Edit. Mc.
Graw Hill.
- ROCANO LASTRA, I. (1988) “*Los costos estimados en un comedor popular de responsabilidad limitada*”. Huánuco: tesis UNHEVAL.

Referencias electrónicas

<https://www.gestiopolis.com/costos-estandar>

https://es.wikipedia.org/wiki/Costo_est%C3%A1ndar

<http://www.ingenieria.unam.mx/~materiafc/CCostos.html>

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

"SISTEMA DE COSTEO ESTÁNDAR Y SU EFECTIVIDAD EN EL CONTROL DE COSTOS DE LOS RESTAURANTS DE COMIDAS TÍPICAS, DE LA PROVINCIA DE CHANCHAMAYO, PERIODO 2019"

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES.	METODOLOGÍA INVESTIGACIÓN	TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS	POBLACIÓN Y MUESTRA.
PROBLEMA GENERAL: ¿Cómo se aplicara el sistema de costeo estándar para que el control de costos sea efectivo de los restaurants de comidas típicas en la provincia de Chanchamayo, periodo 2019?	OBJETIVO GENERAL: Comprobar que el control de costos sea efectivo a través del sistema de costeo estándar, de los restaurants de comidas típicas en la provincia de Chanchamayo, periodo 2019	HIPÓTESIS GENERAL: Si aplicamos el sistema de costeo estándar entonces el control de costos será efectivo de los restaurants de comidas típicas en la provincia de Chanchamayo, periodo 2019.	VI: Sistema de costeo estándar VD: Control de costos.	MÉTODO DE INVESTIGACIÓN. No experimental cuantitativo	TÉCNICAS: - Encuesta - Análisis documental.	POBLACIÓN: Veintidós (22) restaurants de comidas típicas de la Provincia de Chanchamayo, Departamento de Junín.
PROBLEMAS ESPECÍFICOS: ¿De qué manera será importante el registro contable para determinar la eficiencia de los restaurants de comidas típicas en la provincia de Chanchamayo, periodo 2019?	OBJETIVOS ESPECÍFICOS: Aplicar el registro contable para determinar la eficiencia de los restaurants de comidas típicas en la provincia de Chanchamayo, periodo 2019	HIPÓTESIS ESPECÍFICO: Si aplicamos el registro contable, entonces se determinara la eficiencia de los restaurants de comidas típicas en la provincia de Chanchamayo, periodo 2019.	VI: Sistema de costeo estándar INDICADORES: • Costo total y costo unitario • Toma de decisiones	TIPO DE INVESTIGACIÓN. Investigación aplicada.	INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS: - Cuestionario impreso - Guía de análisis documental.	MUESTRA: Veintidós (22) restaurants de comidas típicas de la Provincia de Chanchamayo, Departamento de Junín.
¿Cómo evaluar la demanda del mercado para determinar el precio de menú de los restaurants de comidas típicas en la provincia de Chanchamayo, periodo 2019?	Evaluar la demanda del mercado para determinar el precio del menú de los restaurants de comidas típicas en la provincia de Chanchamayo, periodo 2019	Si, evaluamos continuamente la demanda de mercado, entonces se determinará el precio del menú de manera razonable de los restaurants de comidas típicas en la provincia de Chanchamayo, periodo 2019.	VD: Control de costos INDICADORES: • Materia prima • Mano de obra • Costos indirectos	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN. Transversal: causal	PROCEDIMIENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS Se recolectará la información de acuerdo a las actividades programadas. Para recopilar la información se procederá a construir los instrumentos de medición: el cuestionario y guía de análisis documental.	
¿Cómo contribuye el capital humano en el desarrollo del capital económico, de los restaurants de comidas típicas en la provincia de Chanchamayo, periodo 2019?	Lograr que el capital humano contribuya con el desarrollo del capital económico de los restaurants de comidas típicas en la provincia de Chanchamayo, periodo 2019	Si, el capital humano es productivo, entonces contribuye a que el capital económico sea rentable para la toma de decisiones de los restaurants de comidas típicas en la provincia de Chanchamayo, periodo 2019.			TECNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS: Utilizaremos la codificación, tabulación y técnicas estadísticas para luego procesar la información en el programa SPSS 23 y realizar el análisis e interpretación, prueba de hipótesis considerando: la generación, comprobación y comparación. Discusión, Conclusiones y Recomendaciones	

CUESTIONARIO

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN

INVESTIGACIÓN: “SISTEMA DE COSTEO ESTÁNDAR Y SU EFECTIVIDAD EN EL CONTROL DE COSTOS DE LOS RESTAURANT DE COMIDAS TÍPICAS DE LA PROVINCIA DE CHANCHAMAYO, PERIODO 2019”

CUESTIONARIO: Dirigido a veintidós (22) establecimientos de restaurants de comidas típicas en la provincia de Chanchamayo, departamento de Junín.

INSTRUCCIÓN:

Lea usted con atención y conteste a las preguntas indicando los datos solicitados. Por favor responde a todos los reactivos, recuerda que su participación es de suma importancia, para el logro de los objetivos.

GRACIAS POR TU COOPERACIÓN

INFORMACIÓN GENERAL:

Fecha: ____/____/2018.

- 1. ¿Cree Ud. que utilizando al sistema de costeo estándar va a beneficiar a los dueños de los restaurants de comidas típicas en la toma de decisiones?**
 - a) Totalmente de acuerdo.
 - b) De acuerdo.
 - c) En desacuerdo.
 - d) Totalmente en desacuerdo.
 - e) No sabe/no opina.

- 2. ¿Cree Ud. que utilizando al control de costos en los restaurantes de comidas típicas va a permitir conocer las variaciones de los elementos de costos?**
 - a) Totalmente de acuerdo.
 - b) De acuerdo.
 - c) En desacuerdo.
 - d) Totalmente en desacuerdo.
 - e) No sabe/no opina.

- 3. ¿Cree Ud. que implementando el registro de la contabilidad costos estándar en los restaurants de comidas típicas, se podrá conocer la razonabilidad de los Estados Financieros?**
- a) Totalmente de acuerdo.
 - b) De acuerdo.
 - c) En desacuerdo.
 - d) Totalmente en desacuerdo.
 - e) No sabe/no opina.
- 4. ¿Cree Ud. que llevando una contabilidad de costos estándar va a permitir que los restaurants de comidas típicas tengan un rendimiento económico eficiente?**
- a) Totalmente de acuerdo
 - b) De acuerdo.
 - c) En desacuerdo.
 - d) Totalmente en desacuerdo.
 - e) No sabe/no opina.
- 5. ¿Cree Ud. que de los restaurants de comidas típicas han realizado una demanda de mercado para conocer la oferta y la demanda de productos?**
- a) Totalmente de acuerdo
 - b) De acuerdo.
 - c) En desacuerdo.
 - d) Totalmente en desacuerdo.
 - e) No sabe/no opina.

- 6. ¿Cree Ud. que los restaurants de comidas típicas utilizan los costos estándar para conocer la variación que existe entre precio y cantidad de productos que ofrecen?**
- a) Totalmente de acuerdo
 - b) De acuerdo.
 - c) En desacuerdo.
 - d) Totalmente en desacuerdo.
 - e) No sabe/no opina.
- 7. ¿Cree Ud. que el capital humano contribuye en la toma de decisiones de los restaurants de comidas típicas en el rendimiento laboral de los trabajadores en la provincia de Chanchamayo?**
- a) Totalmente de acuerdo
 - b) De acuerdo.
 - c) En desacuerdo.
 - d) Totalmente en desacuerdo.
 - e) No sabe/no opina.
- 8. ¿Cree Ud. que el capital económico contribuye a la rentabilidad del negocio?**
- a) Totalmente de acuerdo
 - b) De acuerdo.
 - c) En desacuerdo.
 - d) Totalmente en desacuerdo.
 - e) No sabe/no opina.

INFORMACIÓN ELECTRÓNICA		
AUTOR (RES):		
TÍTULO DE LA PÁGINA:		
DIRECCIÓN ELECTRÓNICA (URL):		
LUGAR DE PUBLICACIÓN:	FECHA DE PUBLICACIÓN	FECHA DE LA CONSULTA
	/ /	/ /
TEMA(S) SEGÚN EL OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN		
RESUMEN DEL TEXTO:		
OBSERVACIONES:		
REPORTE/INFORME TÉCNICO N°		
NOMBRE DEL ARCHIVO GRAVADO:		