



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

Teoría De Costos De Servicio Y Su Efecto En La Fijación De Precios: Caso Mype

Restaurante Rincón Del Mar, 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Contador Público

AUTORES:

Gutierrez Calmet, Cynthia Vanessa (ORCID: 0000-0002-4597-4875)

Medina Cruz, Hugo Rafael (ORCID: 0000-0003-3884-2599)

ASESOR:

Dr. Moreno Rodríguez, Augusto Ricardo (ORCID: 0000-0003-0789-4644)

LÍNEA INVESTIGACIÓN:

Finanzas

TRUJILLO –PERÚ

2019

Dedicatoria

En primer lugar, le dedico a mi madre por su apoyo constante en todo momento, por sus consejos.

A mi padre por siempre estar presente, por su sacrificio en todos estos años.

A mi familia que ha hecho que con su apoyo se realice la presente investigación.

Gutierrez Calmet Cynthia Vanessa

A Dios por haberme dado fuerzas para cumplir este objetivo.

A mis padres por ser las personas que siempre me apoyaron a través de sus consejos y su motivación para lograr ser una persona de bien.

Al Dr. Hugo Sigifredo Cruz Ulloa, por ser la persona que de manera anónima y desinteresada siempre estuvo presente en mi formación académica.

A mis hijos (Hugo y Gonzalo) que son los motores que me impulsan siempre a seguir adelante y dar lo mejor de mí.

Medina Cruz Hugo Rafael

Agradecimiento

Le agradezco a Dios por que ha sido mi fortaleza a lo largo del camino.

A mis padres por haberme forjado la persona que soy en la actualidad, gracias a sus consejos, enseñanzas para ser una persona de bien.

A mis asesores por compartir sus conocimientos, su ayuda y dedicación.

Gutierrez Calmet Cynthia Vanessa

A la Universidad Cesar Vallejo por ser mi casa de estudios en donde logre convertirme en profesional.

A mis distintos profesores por transmitirnos sus conocimientos y valores en busca del bienestar de nosotros los alumnos, a mis familiares y amigos.

Medina Cruz Hugo Rafael

Página del Jurado

Declaratoria de Autenticidad

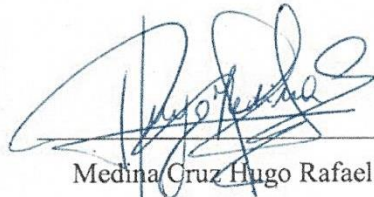
Nosotros Gutierrez Calmet Cynthia Vanessa con DNI N° 75264115 y Medina Cruz Hugo Rafael con DNI ° 40690117, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela profesional de Contabilidad declaro bajo juramento que toda documentación que se acompaña es veraz y autentica. Así mismo declaramos también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesina son auténticos y veraces. En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad Cesar Vallejo.

Trujillo, 12 de diciembre de 2019



Gutierrez Calmet Cynthia Vanessa

DNI N° 75264115



Medina Cruz Hugo Rafael

DNI N° 40690117,

Índice

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del Jurado	iv
Declaratoria de Autenticidad.....	v
Índice.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract	viii
I. Introducción	1
II. Método.....	14
2.1 Tipo y Diseño de investigación.....	14
2.2 Matriz de Operacionalización	15
2.3. Población, muestra y muestreo.....	16
2.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.	16
2.5 Procedimientos	16
2.6 Métodos de Análisis de Datos.....	16
2.7 Aspectos Éticos	17
III. Resultados	18
IV. Discusión.....	45
V. Conclusiones	49
VI. Recomendaciones.....	50
VII. Propuesta.....	51
Referencias.....	52
ANEXOS.....	57

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo general Analizar el efecto de la teoría de Costos de servicios en la fijación de precios de la MYPE restaurante El Rincón del Mar, Trujillo, 2019. Dicha investigación se elaboró con el diseño no experimental de corte transversal y descriptivo. Se tuvo como población y muestra al Restaurante el Rincón del mar.

Por otro lado, se utilizó como técnica el análisis documental, lo cual la información fue proporcionada por el restaurante. La información obtenida es real ya que el trabajo se realizó sin alterar ningún dato de la información recibida. Los resultados evidencian que no existía un adecuado control de las compras, además no contaba con ningún tipo de análisis de costos lo que nos indica que la empresa llevaba un control muy básico de su economía. Como conclusión se puede afirmar que la aplicación de teorías de costos tiene un efecto positivo en la fijación de precios ya que podemos calcular el costo real del servicio y adicionar la utilidad deseada.

Palabras clave: Teoría de costos de servicios, fijación de Precios, basados en el mercado, competencia, costos.

Abstract

The purpose of this research was to analyze the effect of the Cost of services theory on the pricing of the MYPE restaurant El Rincón del Mar, Trujillo 2019. This research was developed with the non-experimental design of cross-sectional and descriptive. It had as a population and shows the Rincón del Mar Restaurant.

On the other hand, documentary analysis was considered technical, which information was selected by the restaurant. The information obtained is real since the work was carried out without altering any data of the information received. The results show that there is no adequate control of purchases, also do not contact any type of cost analysis which indicates that the company will have a very basic control of its economy. As collusion it can be affirmed that the application of cost theories has a positive effect on pricing and that we can calculate the real cost of the service and add the desired utility

Keywords: Service cost theory, pricing, Market based, competition, costs

I. Introducción

Para Isidro (2014) la Gestión de Costos contribuye con el aporte de información notable, histórico o proyectado, por área o en forma general sobre situación interna de la empresa para una adecuada toma de decisiones. Así mismo nos da ideas sobre preguntas que no tiene respuesta la contabilidad financiera debido a carácter interno.

En un Análisis conceptual de la teoría de Costos podemos determinar los lineamientos generales para dar una idea de los costos en el servicio de restaurantes, el cual está relacionado directamente con la actividad turística.

“A nivel mundial el Sector Turístico tiene un gran impacto económico, ya que constituye el 9 % del PBI Mundial, esto equivale a \$. 6.6 Trillones y 260 millones de empleados, así también se calcula que este rubro será el 10 % del PBI Mundial para el año 2023 (\$. 10.5 Trillones y 340 Millones d empleados)”.

“En el Perú el turismo ha venido creciendo de Manera sostenida entre los últimos años, podemos decir que entre el 2002 y el 2012 el turismo internacional creció de 1.1 a 2.8 millones generando un aumento de divisas de \$.837 a \$.32.88 millones. En el año 20012 los empleados por el rubro Turismo ascendieron a 1, 081,035 y su Contribución al PBI del 3.7 %”.

El crecimiento sostenido del Sector Turismo está estrechamente relacionado con el servicio de Restaurantes, todo esto da a entender la importancia que esta actividad genera, no solamente brindando empleos sino también aporta en su conjunto directamente en la economía del país, reflejado en el PBI y también por medio de los Impuestos que estas empresas declaran a las entidades correspondiente como la SUNAT.

Por eso se concluye que se debe Implementar para las Pequeñas Empresas (Mypes) que tienen un potencial de crecimiento sostenible en la economía nacional, la aplicación de Teoría de Costos para obtener un mayor control sobre los costos fijos (alquileres de local, planillas de trabajadores, pagos por servicios de agua y luz, pagos por los servicios de contaduría, pagos de los distintos tipos de impuestos de los que somos afectos, etc.) y costos variables (materia prima directa, mano de obra directa y costos

indirectos de fabricación) a los que este tipo de empresas posee y tiene que agrupar para poder definir el tipo de naturaleza de cada costo.

Dentro de esta Problemática y como ejemplo se puede citar al Restaurante El Rincón del Mar, cuyo control de costos y gastos es de manera manual y Empírica. Este local efectúa sus compras diarias en un mercado de la zona bajo un promedio de compras pre establecido por el dueño de acuerdo al volumen promedio de ventas que tiene por día (60% de su capacidad de lunes a jueves y 80% de su capacidad de viernes a domingo).

Entre los problemas que existen se puede nombrar:

Los precios fueron establecidos de forma espontánea referidos por precios similares de locales similares, esto nos hace suponer que los márgenes de ganancia y los porcentajes de utilidad no son correctos o no son los esperados por el dueño ya que no tuvieron un análisis adecuado para determinar el precio correcto de acuerdo a los costos incurridos y así poder determinar un porcentaje de ganancia esperada de acuerdo a los deseos del propietario, dicho en otras palabras el propietario no identifica ni controla los costos que su negocio tiene para producir y brindar el servicio de alimentación por lo tanto no está en la capacidad de determinar un precio adecuado a sus objetivos ya que al no poder determinar el costo real que su negocio tiene, no puede agregar el porcentaje que utilidad que espera tener y así poder determinar el precio final del producto.

Se supone también que el análisis de los costos tampoco fue el adecuado, ya que no hay un control estricto sobre las compras hechas a diario, a esto le podemos sumar el mal almacenamiento y falta de control de los productos consumidos en el día lo que origina pérdidas o sobre costo.

Otro punto importante es que el dueño/administrador mezcla la alimentación y/o sus consumos personales y gastos diarios, los cuales incluye en el costo diario del servicio, originando aumento de costos o sobre costos ya que nunca cancela estas salidas de dinero y/o nunca cancela los consumos que realiza.

Esto también afecta los resultados obtenidos ya que se adicionan costos que no corresponden al negocio propiamente dicho.

Se analizaron una variedad de libros y artículos científicos de nivel Internacional, nacional y local para el estudio del tema y se desarrolla de la siguiente manera:

Córdova & Moreno (2017) en su artículo "The importance of a good pricing strategy as a tool of market penetration". Universidad Externado de Colombia. Planteando como objetivo estrategias de Pricing que son utilizadas frecuentemente en el mercado con el fin de demostrar su repercusión en los resultados. Los Autores concluyen que:

No hay una formula específica para la fijación de Precio, en si la estrategia adecuada será la que más se adapte a la naturaleza, será el objetivo que quiera alcanzar la empresa en un tiempo determinado y proponer alternativas para lo que es toma de decisiones (pg.11)

De lo Anterior se concluye que una empresa de servicios para que esté a la vanguardia y al mismo nivel que sus competidores, va a requerir de una estrategia de fijación de precio o Pricing que sea buena. Por otro lado, se llegó a los resultados que para la fijación de Precio no hay o no existe una fórmula que se específica para ello.

Alameda (2017) en su artículo "Estrategias y niveles de precios y su impacto en la rentabilidad de las empresas". Universidad de Buenos Aires. Planteando como objetivo hacer una propuesta y poner a prueba un modelo teórico que indique en si impactos en la política de fijación de precio en su rentabilidad de las empresas. El autor llego a la conclusión que:

Para tener un desempeño un poco mejor que sus competidores, las empresas deben establecer conocimientos y habilidades, ya que el rol de capacidad de la fijación de precios como una herramienta para mejorar efectivamente es de vital importancia

La rentabilidad afecta positivamente en las empresas debido a la estrategia de precio que son basados en el valor y niveles tanto de precios altos y negativamente de bajos precios.

De lo expuesto anteriormente se concluye que en las empresas para tener un buen desempeño que sus rivales en el mercado se tiene q tomar en cuenta tanto

conocimientos como habilidades, ya que es muy importante porque el rol de capacidad de fijación de precio es una forma de mejorar efectivamente.

De la cruz & Marreros (2018) en su Tesis “Costos de Producción y su Influencia en la Fijación de Precio del Resto Grill “Fuego & Asado” para obtener Título de contador Público - Universidad Cesar Vallejo de Chimbote. Utilizando el diseño descriptivo correlacional. Planteando como objetivo determinar la influencia de costos en la fijación de Precios El autor concluye que:

No existe un control sobre la materia Prima, también no se conoce el costo real de la producción de cada plato por lo tanto su fijación de precio se basa en lo general en la competencia (pg.79)

De lo expuesto se concluye que al no tener control de la materia prima en la producción de cada plato no se va a conocer el costo real de este.

Córdova (2018) en su tesis “Sistema de costeo ABC y la determinación de del precio en los restaurantes de Pollos y Parillas, San Borja 2017”. Utilizando el diseño no experimental de corte transversal descriptivo. Cuyo objetivo es determinar la relación de los costos y el precio. Se concluye que:

Hay una relación positiva considerable con respecto al precio, esto se da ya que se ha aplicado el sistema de costeo ABC, en la cual se puede determinar un costo más exacto en la elaboración del producto así obteniendo el coto real de este. Esto es importante para la toma de decisiones en la gerencia ya que podrá evaluar las deficiencias que se encuentren y así fijar un mejor precio para sus productos. Por consiguiente, hace que la rentabilidad aumente para el accionista un sistema de costeo ABC.

De lo Anterior de concluye que si se agrupa de manera adecuada los costos que intervienen para la elaboración de los productos, se puede determinar en si el costo real para cada producto y así poder fijar un mejor precio para estos. Para determinar un costo que sea más exacto en la elaboración de los productos ofrecidos y así obtener un costo real de cada producto, se debe aplicar el sistema de costeo ABC.

Para Hernández (2016) en su Tesis “Sistema de costo de Producción y su influencia en la determinación del costo y Precio de las comidas del Restaurante el Paisa

E.I.R.L, Distrito de Cuzco, Periodo Agosto- octubre del 2016”, de Trujillo. El tipo de investigación fue no experimental, así mismo de Corte transversal ya que se desarrolla en un momento determinado, año 2016. El objetivo de esta investigación fue realizar un diagnóstico actual de costos como de precios de las comidas, También diseñar un sistema y aplicar un sistema de costos de producción con la finalidad de determinar los precios y costos de comidas. Las conclusiones del presente trabajo fueron:

El diagnóstico realizado dio como resultado que al comparar de forma objetiva lo que es, el costo real y estimado para la preparación de sus platos a la carta, este reflejó una disminución del costo de la producción.

Al diseñar y aplicar el sistema de Costo de producción considerando un 25% de margen de ganancia se concluyó que para el cabrito se tenía un valor de venta de S/.25.28 pero su valor real aplicando el sistema de producción era de S/.14.41. Esto permite al restaurante saber cuáles son los precios reales.

De lo anterior se concluye que al aplicar el sistema de costos de producciones dio como resultado que influye en la mejora tanto de los costos y el precio de comidas, ya que para saber cuánto es su valor de venta real, se tiene que hacer un diagnóstico para comparar el costo real y el costo estimado, esto tendrá como finalidad saber en si cuánto es en realidad el precio real de cada plato del restaurante.

Para el fundamento teórico se ha considerado a diversos autores para explicar la variable de estudio como:

Según la Nic 2 hace mención que los inventarios son activos y se clasifican en:

Poseídos para que sean vendidos en el curso normal de la operación.

En proceso de producción con vistas a esa venta

En forma de lo que son materiales o suministros que serán consumidos en el proceso de producción o en la prestación de servicios

Entonces podemos decir que para el cálculo del costo debemos adicionar al punto tres antes mencionado la mano de obra y otros costos del personal directamente involucrado en la prestación del servicio incluyendo personal de supervisión y otros costos indirectos atribuibles.

En el párrafo 8 de la Nic 2 la norma se dice entre otras cosas:

“Entre los inventarios también se incluyen los materiales y suministros para ser usados en el proceso productivo, los costos incurridos para cumplir un contrato con un cliente que no da lugar a inventarios o activos y que la forma de su contabilización estará definida por la NIFF 15 – Ingresos de actividades ordinarias procedentes de contratos con clientes, que inicialmente entraría en vigencia el 1 de enero del año 2018 pero fue postergado para el 1 de enero del año 2019”.

Después de un análisis de la NIFF 15 se puede observar que en el párrafo 95 hace mención que si los costos incurridos en el cumplimiento de un contrato con un cliente no está dentro del alcance de otra norma en este caso la NIC 2 nos refería que para los costos por servicio la contabilización y su procedimiento se aplicara según la NIFF 15) una empresa reconocerá un activo por los costos siempre y cuando cumplan las siguientes condiciones o criterios:

Los costos se relacionan directamente con el servicio, los costos generen recursos para la entidad, se espera recuperarlos costos.

La misma NIFF en su párrafo 96 dice que, si los costos incurridos en la atención de un contrato se encuentran incluidas en otra norma, la empresa lo debe contabilizar de acuerdo a lo que indica dicha norma (en el caso de la NIC 2 ahora establece que los costos de servicio se deben contabilizar de acuerdo a la NIFF 15).

El párrafo 97 hace mención que los costos deben estar directamente relacionados con el contrato del cliente si cumplen uno de estos conceptos:

Mano de obra (Sueldos y salarios de empleados que se encuentren directamente vinculados con el servicio), Materiales directos (Suministros para brindar la atención al cliente)

Los costos que se relaciona directamente con el contrato o con actividades del contrato (depreciaciones, seguros, derechos de activos usados para cumplir con el contrato, etc). Otros costos que la empresa incurra para la realización del contrato (pagos a subcontratistas).

El artículo 98 nos habla de cuando una empresa puede considerar los costos como gastos y lo reconoce así:

Costos generales y administrativos que no estén reconocidos en el párrafo anterior (97) Desperdicios en materiales y/o mano de obra que fueron usados para cumplir el contrato pero que no están incluidos en el precio del contrato.

En si Primero se busca que el costo del servicio se convierta en activo para ser desactivado de acuerdo a su uso y luego señala que elementos formarán parte del costo del servicio y cuáles serán parte del gasto.

Para Viscencio (2012) En teoría los costos son una herramienta fundamental no solo porque definen el beneficio económico o utilidad como la diferencia entre los ingresos y los costos, sino porque proporcionan información importante para el análisis previo a la toma de decisiones para los negocios.

Con respecto a las decisiones operativas los costos apoyan a establecer precios, obtener mejoras tecnológicas, definir los aspectos de la eficiencia en la producción, seguir o cancelar operaciones, etc.

Con relación a las decisiones estratégicas los costos ayudan a definir el tamaño óptimo de la empresa, la viabilidad de las estrategias y el origen de las ventajas competitivas.

Conceptos Financieros. Sirven de base para lograr tener una adecuada Administración financiera en las organizaciones. Los indicadores que miden esta Dimensión son:

Ocupabilidad para Schmal & Olave (2014). En su trabajo aborda la problemática e insatisfacción que atraviesan los clientes de un restaurante en horas punta debido a los largos tiempos de espera, para esto propone método de mejora para este modelo de negocio.

Para esto propuso la utilización del modelo BMC (business model canvas), para mejorar la estrategia del negocio. El modelo BPMN (business Proces Modeling Notation) y el diagrama SIPOC (Supplier Input Process Output Consumer) para el servicio de atención al cliente

Las aplicaciones de estas técnicas permitieron la disminución en los tiempos de espera de los clientes hasta en un 20% en los tiempos de alta, aumentando las ventas y la rentabilidad.

Punto de equilibrio: Según Metzger & Donaire (2007) Nos dice que la rentabilidad de un proyecto concreto se da cuando las ventas unitarias superan el punto en el cual se recuperó los costos totales del proyecto por unidad, a esto se le llama punto de equilibrio del proyecto, en otras palabras, las ventas o ingresos por encima del punto de equilibrio son ganancias o utilidades para la empresa, también nos dice que en punto de equilibrio se puede obtener en cantidad de ventas unitarias o en cantidad dineraria.

Se describe en la siguiente fórmula.

$$\text{Utilidad} = \text{ventas} - \text{costos} - \text{gastos}$$

Por otro lado, Mayes (2010) Nos habla de que el punto de equilibrio es el nivel de venta en que las empresas no tienen utilidades o estas son igual a 0.

Margen de Contribución: Según Honrgren (2012) “El Margen de contribución explica el por qué cambia la utilidad en la Operación, a medida que varía el número de unidades vendidas” (pg. 86).

El Margen de contribución viene hacer la diferencia entre Ingresos totales (llámese a esto el precio de venta neto de un producto) menos los costos variables, esto por lo general se expresa en porcentaje.

$$\text{Margen de Contribución} = \text{Ingresos Totales} - \text{Costos Variables}$$

Los indicadores que mide esta dimensión son:

Costos Fijos: Según Gonzales (2016) Son los que permanecen constantes dentro de un periodo, y que no tienen nada que ver con los volúmenes de producción o venta. Tenemos los alquileres de local, planillas de trabajadores, pagos por servicios de agua y luz, pagos por los servicios de contaduría, pagos de los distintos tipos de impuestos de los que somos afectos, etc.

Costos variables: Para Gómez (2016) hace mención que los costos variables son los que, cuya magnitud, cambian en razón directa al volumen de las operaciones realizadas. Tenemos la materia prima directa, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación.

Para Viscencio (2012) Se les llama también insumos fijos y variables, los fijos son fijos mientras el tamaño de la planta no cambie y los variables cambian de acuerdo al nivel

Fijación de Precio

Según Ojeda (2012) Desde el punto de vista del marketing el precio es “la cantidad de dinero que el consumidor está dispuesto a pagar, por la adquisición o utilización de un producto o servicio”. Es el total de dinero que el consumidor desembolsa por un producto del cual espera le otorgue un beneficio o satisfacción que compense el sacrificio del dinero gastado.

Agrega también que no solo se debe considerar como precio al gasto dinerario en obtener el producto o servicio, sino que engloba conceptos más amplios no necesariamente monetarios ligados a la compra y consumo, como el tiempo, el esfuerzo y las molestias que resulta para conseguirlo.

La fijación de precios es el valor monetario que le dan las empresas a sus productos después de analizar y considerar todos los costos en los que se incurren a lo que llamamos costo de ventas, luego de esto se le adiciona el porcentaje que la empresa espera ganar a lo que llamamos margen de utilidad y sumados estos dos componentes obtenemos el precio de venta.

Para Czinkota & Massaki (2001) La fijación de precios es importante porque, para las empresas es el principal medio de obtención de ingresos, es un instrumento competitivo, es en la mayoría de casos la información única de la que el consumidor dispone, nos sirve como indicador de calidad que ofrece la empresa ya sea en productos o servicios, sirve como elemento de diferenciación de la oferta de una empresa con respecto a la competencia, regula la demanda y también puede actuar como filtro para la selección de tipos a nivel de clientela.

Precio: Según Klotler, Philip, & Armstrong. (2013) "Es Una expresión de valor". Por otro lado, el diccionario de marketing, South American Cultural, establece que el precio es "el valor del intercambio de bienes o servicios". Es un valor para el bien o servicio ofrecido donde se incluyen todos los procesos o actividades para producirlo, el precio determinante no es una tarea sencilla y mucho más, ya que mencionamos en el

restaurante que su naturaleza está más inclinada a la situación de servicio, y que se deben analizar los costos exactos en cada proceso o actividad.

El precio es la cantidad de dinero recaudada por un producto o servicio. En términos más amplios, el precio "es la suma de valores que los consumidores dan a cambio del beneficio de usar el producto o servicio" (Klotler, Philip, & Armstrong, 2001).

Para Czinkota & Massaki (2001) En la guerra de los negocios la competencia de los precios es la forma más letal de cómo luchan las empresas por un mercado. Por un extremo tenemos a los proveedores que limitan sus utilidades poniendo en riesgo la capacidad futura de invertir en el mercado, y por otro los consumidores finales que pierden la creencia en la calidad de los productos o servicios ofrecidos.

Servicio: según Stanton, Etzel, & Walker. (2007) Definen que los servicios son actividades intangibles ya que no se puede sentir antes de comprarlo.

Como lo expresaron Brignall, & Fitzgald. (1991) "hay una serie de factores comunes en las empresas de servicios y son una parte fundamental de la distinción y el análisis de este tipo de organizaciones", de la misma manera que se destaca la "presencia habitual del cliente". En el proceso de detallar el servicio, los productos se reciben de acuerdo con las instrucciones de los clientes.

Castellò, E. (1993) Afirma que una de las desventajas de la empresa de servicios es en sí obtener lo que es un inventario para registrar así la variación en los costos ya que la producción de los servicios tiene entre el momento de su adquisición y su consumo por parte de un cliente.

Cuando ya se logra, no es posible crear una lista de ventas para su posterior venta. Se puede decir que la mayoría de los servicios tienen un vencimiento inmediato, porque el tiempo de producción corresponde al propósito que tiene el cliente".

Métodos para Fijación de Precio

Para Ojeda (2012) La combinación de estos métodos es indispensable para que las empresas logren fijar el mejor precio de sus productos:

Los indicadores que miden esta Dimensión son:

Basados en los costes:

Lo define en:

Coste total unitario + un margen sobre este coste total unitario.

Coste total unitario + un margen sobre el precio de venta al público.

Punto de equilibrio, umbral de rentabilidad o punto muerto

Costo. Para Viscencio (2002) El costo total de un bien o producto se obtiene de la suma de todos los insumos usados en el proceso de producción teniendo dos componentes principales que son los costos fijos y los costos variables. El análisis de la teoría de costos no solo es importante por los beneficios económicos que obtienen sino también porque es una herramienta importante para la toma de decisiones.

Basados en la competencia: La actuación de la competencia nos sirve de referencia para establecer el precio, fijando un precio igual al del sector, por lo general las empresas grandes fijan los precios y las empresas de menos tamaño se acoplan a él.

Competencia. Según Czinkota (2001) La competencia es una de las principales fuerzas en los mercados, por lo que los analistas de mercados deben entender el desempeño de su oferta al compararla con la de las empresas competidoras.

Solo mediante un análisis profundo de las empresas competidoras podremos formular estrategias que nos permitan prevalecer en la feroz batalla por los recursos.

Basados en la Demanda: Según Burton (2016). La fijación de precios dice que mientras mayor sea la demanda los precios tienden a subir y si baja a demanda los precios tienden a bajar. Para cada precio de un mismo producto hay un nivel de demanda y esto va depender del lugar, la época, el cliente, el clima, etc.

Se puede agregar que existen excepciones ya que hay productos que cuando aumentan su precio aumentan u demanda (como por ejemplo los artículos costosos) Los métodos de fijación de precios basados en la demanda más comunes son:

Método intuitivo: Consiste en fijar el precio de acuerdo a lo que se espera para obtener un efecto positivo en la demanda.

Método de experimentación: Es la experimentación de diferentes niveles de precios para le mismo producto por un periodo determinado con el fin de obtener el precio más conveniente de venta.

Discriminación de precios: Es la opción de vender un mismo producto a distintos niveles de precio dependiendo de la época, clima, nivel, cliente.

Sección 1.01 Por ende, se formuló el siguiente problema de investigación, que permita recopilar la información:

¿Cuál es el efecto de la Teoría de Costos de servicios en la Fijación de Precios en la Mype restaurante El Rincón del Mar, Trujillo-Año 2019?

Tomando en cuenta los criterios de Hernández, Fernández & Baptista (2014), el presente trabajo se justifica en el siguiente:

Nuestra investigación tiene por objetivo determinar el efecto en la fijación de Precio de la Mype restaurante El Rincón del Mar porque contribuirá desde el punto de vista práctico a identificar los componentes del costo desde un punto de vista Gerencial.

Conveniencia: Permitirá una correcta aplicación de teoría de costos para tener un mayor control sobre los costos fijos y variables para este tipo de pequeñas empresas de servicios (Restaurantes).

Relevancia Social: En esta investigación se permitirá conocer el cálculo correcto de los costos para el caso de servicios de un restaurante que constituye un aporte necesario a la sociedad para que se tenga información de cómo llevar una correcta asignación de costos y tener un mayor control de costos fijos y variables.

Implicaciones Prácticas: Al culminar esta investigación se podrán obtener en si datos, información que permitan unos resultados más exactos que dará validez a la presente investigación y que servirá de apoyo a los propietarios del restaurante, quienes podrán disponer de esta información con respecto a cómo se vienen asignando los costos y cuál es el efecto en su fijación de precios.

Valor Teórico: En nuestra presente investigación se usó orientaciones teóricas con relación al tema de Teoría de costos y fijación de precios, reforzando el conocimiento científico aplicado. Así mismo como material de consulta para futuras investigaciones.

Para el trabajo de investigación se ha determinado como Hipótesis que la Teoría de Costos de Servicios tiene un efecto positivo en la fijación de precios de la MYPE restaurante El Rincón del Mar, Trujillo, Año 2019. Como Objetivo general tenemos analizar el efecto de la teoría de Costos de servicios en la fijación de precios de la MYPE restaurante El Rincón del Mar, Trujillo 2019, para nuestros objetivos específicos hemos planteado describir la Teoría de Costos de Servicios para la MYPE restaurante El Rincón del mar, Trujillo –Año 2019, así también determinar la Fijación de precios de Servicios para la MYPE restaurante El Rincón del mar, Trujillo –Año 2019 y por último proponer un Sistema de Costeo gerencial para el control de los distintos tipos de costos en la MYPE restaurante El Rincón del mar.

II. Método

2.1 Tipo y Diseño de investigación

El diseño de investigación utilizado para esta investigación es no experimental, es de corte transversal y es descriptiva, por otro lado, no se tiene en si un directo control de las variables y además corresponde a un solo periodo de tiempo.

Hernández, Fernández & Baptista (2014) Hacen mención que una investigación no experimental no se puede manipular las variables.

Operacionalización de Variables:

Variable Independiente: Teoría de Costos De Servicios.

Variable Dependiente: Fijación de Precios.

2.2 Matriz de Operacionalización

Cuadro N° 1

Variable(s)	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicador	Medición
Teoría de Costos de Servicios	<p>Es una teoría, que, en su extensión, abarca lo relativo a la cuantificación y medición de los costos a partir de una fundamentación económica de los fenómenos propios de la gestión empresarial.</p> <p>Su cometido es la construcción de esquemas de análisis que interpreten y expliquen coherentemente la realidad del fenómeno productivo y que, por consiguiente, sean útiles a los efectos de vincular razonablemente los Factores o Recursos empleados con los Objetivos o Resultados obtenidos, a través de la definición de relaciones funcionales entre las distintas acciones que componen el Proceso Productivo en cuestión y su valorización. Cartier y Osorio (1992).</p>	<p>La variable se evaluará mediante la entrevista y el Análisis documental.</p>	<p>Conceptos Económicos</p> <p>Estructura de costos</p>	<p>Costeo Variable = Materia Prima+ Mano de Obra Directa + Costos Indirectos de Fabricación variables. % Ocupabilidad. Punto de Equilibrio. % Margen de Contribución.</p> <p>Costo Fijo Total + Costo Variable Total</p>	Ordinal
Fijación de Precio	<p>Es un conjunto de reglas a aplicar para la obtención del nivel de precio final de un producto o servicio, considerando cuales son los objetivos generales de la empresa. Vallet et al. (2015).</p>	<p>La variable se evaluará mediante el Análisis documental.</p>	<p>Métodos para la Fijación de Precio</p>	<p>Basados en los costes. Basados en la Competencia. Basados en la demanda.</p>	Ordinal

2.3. Población, muestra y muestreo

2.3.1 Población.

La población está conformada por el Restaurante El Rincón del mar.

2.3.2. Muestra.

La muestra, está conformada por el Restaurante El Rincón del mar.

2.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

En el desarrollo de la presente investigación se utilizó como técnica lo que es la entrevista y el análisis documental. Por otro lado, como Instrumento se utilizó la guía de entrevista y la guía de Análisis documental.

TÉCNICA	INSTRUMENTO
Entrevista	Guía de Entrevista
Análisis documental	Guía de Análisis Documental

2.5 Procedimientos

Se entrevistará al dueño del local para saber la situación actual de su empresa y conocer la forma de cómo este evalúa sus costos.

Determinar bajo qué criterios determinó el precio de los platos que ofrece.

Aplicar teoría de costos basado son costos gerenciales para determinar la estructura de los cotos y definir cuáles son os costos fijos totales y sus costos variables totales.

Evaluar los resultados después de la aplicación de teoría de costos.

2.6 Métodos de Análisis de Datos.

En la información obtenida del restaurante El rincón del mar se revisara control de compras, registro de ventas, pagaos a personal, pago de servicios y alquileres, todos estos datos serán ingresados y procesados en –Microsoft Excel en el cual se elaborará tablas, gráficos, etc. tanto de la información obtenida como de la aplicación del sistema de costeo general, todo esto para que lograr un mejor análisis y comprensión del tema.

2.7 Aspectos Éticos

El presente trabajo de Investigación es auténtico, confiable, y verdadero cumpliendo los principios básicos de originalidad, fiabilidad y legitimidad. La información alcanzada por el restaurante El Rincón del Mar no sufrió ningún tipo de alteración, ni modificación, usando estos datos de manera real para su posterior análisis. Así mismo se respetó las normas Apa en la elaboración de esta Investigación.

III. Resultados

3.1 Generalidades

El restaurante El rincón del mar con N° de RUC 10179180834 ubicada en la ciudad de Trujillo, región la Libertad, inició sus actividades en el año 1995. Su actividad económica es la elaboración, preparación y venta de comida criolla y marina, así como también la elaboración de Buffet y atenciones corporativas para las diferentes empresas de la ciudad. Esta también se encuentra acogida al Régimen Mype tributario según el decreto legislativo N° 1269. Esta empresa nació por la necesidad del dueño de buscar un trabajo o emprender un negocio y este optó por lo segundo juntando a su familia más cercana e iniciando un pequeño negocio de menú, el cual con el pasar del tiempo y ayudado con el esfuerzo y dedicación de su propietario

3.2 Describir la Teoría de Costos de Servicios para la MYPE restaurante El Rincón del mar, Trujillo –Año 2019.

Para la aplicación de la teoría de costos se procedió al análisis de los documentos brindados por el restaurante el rincón del mar. Así mismo se realizó una entrevista al dueño (anexo 03) con la finalidad de evaluar el nivel de conocimiento que el dueño tiene acerca de sus costos de su empresa.

Tabla 01

Entrevista aplicada al dueño del restaurante El rincón del mar.

Variable: Teoría de costos de servicio.

	Preguntas	Respuesta del Dueño	Comentario	Efecto
1	¿Tiene conocimiento de la Teoría de Costos? Explique.	No, El control que llevamos en este local es solo mediante ingresos y egresos.	No tiene información de lo que es Teoría de costos.	No puede determinar un Precio basándose de un porcentaje de utilidad. Ver tabla 02 a la 16
2	¿En su negocio usted aplica algún tipo de sistema de costeo? Explique.	No porque no tengo un conocimiento amplio sobre los costos.	No aplica ningún sistema de Costeo.	Toma de decisiones limitadas debido al desconocimiento del costo de sus productos. Ver tabla 14
3	¿Cuál es su capacidad de atención?	La capacidad de atención aproximada es del 60% de lunes a jueves y 80% de su capacidad de viernes a domingo.	Tiene conocimiento de la capacidad de atención de su local.	Saber hasta qué nivel se puede llegar a vender. Ver tabla 07
4	¿Sabe usted cuanto debe vender para cubrir sus costos? Explique.	Aproximadamente, pero si se cuánto es el monto mensual que tengo que tener para cubrir todas mis obligaciones.	Tiene conocimiento de sus costos fijos totales del mes.	Puede calcular que debe provisionar para el pago de sus obligaciones mensuales. Ver tabla 11
5	¿Sabe qué porcentaje de venta contribuye a cubrir los costos fijos? Explique.	No, repito mi control se basa en las ventas menos las compras.	Control básico de ingresos y egresos.	Deficiencias para determinar su utilidad real. Ver tabla 05
6	¿Cómo determina sus costos fijos totales y sus costos fijos variables totales?	Creo que eso se determina mediante la suma de todos los compromisos que tengo durante el mes.	No tiene conocimiento muy claros de que es costo fijo y costo variabl.	No es posible tener una adecuada toma de decisiones. Ver tabla 06

Elaborado por: Los Autores

Tabla 02

Variable: Fijación de Precio.

	Preguntas	Respuesta del contador	Comentario	Efecto
1	¿Tiene conocimiento de cómo fijar precios? Explique.	Los precios los determino de acuerdo a precios similares de negocios similares	Cálculo de un margen de utilidad equivocado.	Cálculo de precio de venta errado. Ver tabla 23
2	¿Cómo determinó el precio de sus platos?	Mediante la comparación de los precios existentes del mercado.	Fijación de precios de negocios similares por productos similares	No conocer su utilidad real. Ver tabla 16 y 23
3	¿Cuántos negocios similares existen en la zona?	Aproximadamente 6 en un rango de 5 manzanas a la redonda	Si tiene conocimiento de los negocios similares que existen en la zona.	Puede recoger información cercana de su competencia. Ver tabla 19 al 22
4	¿Conoce los precios que ofrece su competencia con respecto a sus productos similares?	Sí, porque los negocios similares de la zona escriben el precio de sus platos en las pizarras ubicadas en la parte exterior	Información de precios fácil de obtener con respecto a la competencia.	Poder conocer precios de la competencia para fijar precios propios. Ver tabla 19 al 22
5	¿Cuál es el nivel de ventas que espera para su negocio?	Crecer un 20 % cada año .	Un porcentaje de crecimiento alcanzable para este tipo de negocio.	Crecimiento sostenible y posicionamiento en el mercado. Ver tabla 17 y figura 01
6	¿Cómo cree que aumentaría el nivel de ventas y que estrategia emplearía?	Cuidando la calidad de nuestros productos en base a la compra de insumos de buena calidad y manteniendo nuestro personal de cocina ya que ellos conocen la receta original de nuestros platos .	El dueño cuida la calidad de sus productos así como también la permanencia de su personal	Entregar al público comensal siempre productos de buena calidad, manteniendo su esencia y sabor original. Ver tabla 24 y 25

Elaborado por: Los Autores

Tabla 03

Resumen de Compras de insumos mensuales del Restaurante del Rincón del mar -2019

	Enero		Febrero		Marzo		Abril		Mayo		Junio	
Pescado	S/	6,398.00	S/	6,706.00	S/	7,234.00	S/	7,456.00	S/	7,600.00	S/	7,704.00
Mariscos	S/	3,060.00	S/	3,429.00	S/	3,447.00	S/	3,595.50	S/	3,600.00	S/	3,640.50
Pollo	S/	304.50	S/	378.35	S/	241.85	S/	321.30	S/	273.70	S/	330.75
Carne res (cadera)	S/	1,890.00	S/	1,617.00	S/	1,852.20	S/	1,908.90	S/	1,801.80	S/	1,831.20
Arroz	S/	585.00	S/	537.00	S/	585.00	S/	585.00	S/	615.00	S/	615.00
Azúcar	S/	590.00	S/	590.00	S/	590.00	S/	590.00	S/	590.00	S/	590.00
Limonas por ciento	S/	1,200.00	S/	1,200.00	S/	1,200.00	S/	1,200.00	S/	1,200.00	S/	1,560.00
Papa	S/	730.00	S/	730.00	S/	730.00	S/	730.00	S/	730.00	S/	730.00
Cebolla	S/	710.00	S/	696.00	S/	710.00	S/	710.00	S/	710.00	S/	710.00
Tomates	S/	140.00	S/	140.00	S/	140.00	S/	140.00	S/	140.00	S/	140.00
Palta	S/	140.00	S/	140.00	S/	140.00	S/	140.00	S/	140.00	S/	140.00
Ajos	S/	280.00	S/	248.00	S/	240.00	S/	280.00	S/	280.00	S/	280.00
Camotes	S/	716.00	S/	716.00	S/	716.00	S/	716.00	S/	716.00	S/	716.00

Yuca	S/	738.00	S/	738.00	S/	738.00	S/	738.00	S/	738.00	S/	738.00
Lechuga	S/	390.00	S/	374.00	S/	390.00	S/	390.00	S/	390.00	S/	390.00
Aceites	S/	1,375.00	S/	1,290.00	S/	1,335.00	S/	1,375.00	S/	1,375.00	S/	1,375.00
Leche	S/	420.00	S/	414.00	S/	420.00	S/	420.00	S/	420.00	S/	420.00
Maiz morado	S/	690.00	S/	645.00	S/	690.00	S/	690.00	S/	690.00	S/	690.00
Maracuyá	S/	510.00	S/	480.00	S/	510.00	S/	510.00	S/	510.00	S/	510.00
Cervezas	S/	315.00	S/	315.00	S/	315.00	S/	315.00	S/	315.00	S/	315.00
Gaseosas	S/	486.00	S/	486.00	S/	486.00	S/	486.00	S/	486.00	S/	486.00
Condimentos Varios	S/	170.00	S/	170.00	S/	170.00	S/	170.00	S/	170.00	S/	170.00

(Pimiento, comino, ajinomoto)

Totales	S/	21,837.50	S/	22,039.35	S/	22,880.05	S/	23,466.70	S/	23,490.50	S/	24,081.45
---------	----	-----------	----	-----------	----	-----------	----	-----------	----	-----------	----	-----------

Elaborado por: Los Autores

Nota. En la tabla 03 se muestra el registro del total de compras en términos monetarios mes por mes de los seis meses sujeto a análisis mostrando los diferentes productos que el restaurante el Rincón del mar utiliza para la elaboración de los platos que vende. Este resumen considera el consumo real de insumos mes por mes. Además, se debe aclarar que los montos antes mencionados se refieren al consumo real (sin sobrantes que el restaurante utilizó) durante cada periodo.

Tabla 04

Resumen de Ventas mensuales del Restaurante del Rincón del mar -2019.

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Platos						
Leche de Tigre	S/ 5,010.00	S/ 4,990.00	S/ 5,050.00	S/ 5,100.00	S/ 5,200.00	S/ 5,240.00
Cebiche simple	S/ 7,506.00	S/ 8,154.00	S/ 8,694.00	S/ 8,910.00	S/ 9,018.00	S/ 9,216.00
Cebiche mixto	S/ 9,240.00	S/ 10,692.00	S/ 10,978.00	S/ 11,220.00	S/ 11,022.00	S/ 11,176.00
Chicharrón de pescado	S/ 5,120.00	S/ 4,880.00	S/ 5,740.00	S/ 6,040.00	S/ 6,380.00	S/ 6,440.00
Arroz con mariscos	S/ 5,200.00	S/ 5,520.00	S/ 5,340.00	S/ 5,780.00	S/ 5,980.00	S/ 6,020.00
Lomo saltado	S/ 3,960.00	S/ 3,388.00	S/ 4,224.00	S/ 3,894.00	S/ 4,004.00	S/ 4,180.00
Chicharrón de pollo	S/ 1,960.00	S/ 2,900.00	S/ 1,100.00	S/ 2,040.00	S/ 2,200.00	S/ 2,260.00
Milanesa de pollo	S/ 1,900.00	S/ 1,780.00	S/ 2,080.00	S/ 2,040.00	S/ 1,160.00	S/ 1,900.00
Bistec a lo pobre	S/ 3,600.00	S/ 3,080.00	S/ 3,060.00	S/ 3,780.00	S/ 3,120.00	S/ 3,020.00
Bebidas						
Chicha Morada	S/ 2,480.00	S/ 2,312.00	S/ 2,312.00	S/ 2,048.00	S/ 2,392.00	S/ 2,272.00
Maracuya	S/ 2,560.00	S/ 2,408.00	S/ 2,440.00	S/ 2,224.00	S/ 2,608.00	S/ 2,552.00
Cervezas	S/ 1,520.00	S/ 1,320.00	S/ 1,496.00	S/ 1,240.00	S/ 1,336.00	S/ 1,144.00
Gaseosas	S/ 1,971.00	S/ 1,629.00	S/ 1,965.00	S/ 1,296.00	S/ 1,803.00	S/ 1,797.00
Totales	S/ 52,027.00	S/ 53,053.00	S/ 54,479.00	S/ 55,612.00	S/ 56,223.00	S/ 57,217.00

Elaborado por: Los Autores

Nota. En la tabla 04 se muestra el registro del total de ventas en términos monetarios mes por mes de los seis meses sujeto a análisis mostrando los diferentes productos que el restaurante el Rincón del mar ofrece a sus clientes.

Tabla 05

Resumen de los costos indirectos de fabricación del restaurante el Rincón del mar -2019

Ítems	Enero			Febrero			Marzo			Abril			Mayo			Junio		
	Cant.	Precio	Total	Cant.	Precio	Total	Cant.	Precio	Total	Cant.	Precio	Total	Cant.	Precio	Total	Cant.	Precio	Total
Agua (consumo)			S/ 148.65			S/ 152.54			S/ 154.55			S/ 160.54			S/ 155.87			S/ 157.43
Luz (consumo)			S/ 398.67			S/ 401.32			S/ 404.66			S/ 406.22			S/ 403.22			S/ 410.32
Útiles de limpieza																		
Lava vajilla por 1k	13	S/ 12.00	S/ 156.00	14	S/ 12.00	S/ 168.00	15	S/ 12.00	S/ 180.00	16	S/ 12.00	S/ 192.00	17	S/ 12.00	S/ 204.00	17	S/ 12.00	S/ 204.00
Detergente	22	S/ 2.00	S/ 44.00	24	S/ 2.00	S/ 48.00	25	S/ 2.00	S/ 50.00	25	S/ 2.00	S/ 50.00	24	S/ 2.00	S/ 48.00	25	S/ 2.00	S/ 50.00
Jabón	14	S/ 2.50	S/ 35.00	15	S/ 2.50	S/ 37.50	16	S/ 2.50	S/ 40.00	16	S/ 2.50	S/ 40.00	16	S/ 2.50	S/ 40.00	18	S/ 2.50	S/ 45.00
Escoba	1	S/ 15.00	S/ 15.00	1	S/ 15.00	S/ 15.00	1	S/ 15.00	S/ 15.00	1	S/ 15.00	S/ 15.00	1	S/ 15.00	S/ 15.00	1	S/ 15.00	S/ 15.00
Lejia	15	S/ 1.50	S/ 22.50	16	S/ 1.50	S/ 24.00	18	S/ 1.50	S/ 27.00	18	S/ 1.50	S/ 27.00	19	S/ 1.50	S/ 28.50	20	S/ 1.50	S/ 30.00
Poet	16	S/ 5.00	S/ 80.00	16	S/ 5.00	S/ 80.00	16	S/ 5.00	S/ 80.00	17	S/ 5.00	S/ 85.00	16	S/ 5.00	S/ 80.00	17	S/ 5.00	S/ 85.00
Trapeador	1	S/ 15.00	S/ 15.00	1	S/ 15.00	S/ 15.00	1	S/ 15.00	S/ 15.00	1	S/ 15.00	S/ 15.00	1	S/ 15.00	S/ 15.00	1	S/ 15.00	S/ 15.00
Balones de Gas	15	S/ 34.50	S/ 517.50	13	S/ 34.50	S/ 448.50	15	S/ 34.50	S/ 517.50	14	S/ 34.50	S/ 483.00	15	S/ 34.50	S/ 517.50	15	S/ 34.50	S/ 517.50
	Total		S/ 1,432.32	Total		S/ 1,389.86	Total		S/ 1,483.71	Total		S/ 1,473.76	Total		S/ 1,507.09	Total		S/ 1,529.25

Elaborado por: Los Autores

Nota. En la tabla 05 se muestra lo diferentes productos que figuran en la relación de los costos indirectos de fabricación mes por mes de los seis meses sujetos a análisis. Esta tabla sirve para calcular el valor monetario que asciende el total de los CIF.

Tabla 06

Compras varias promedio anual

Ítem	Cantidad	Precio	Total
Vajilla	12	30.00	360
Cubiertos	3	40.00	120
Manteles	30	10.00	300
Secadores	30	1.00	30
Uniformes	16	20.00	320
Total			1130

Elaborado por: Los Autores

Nota. En la tabla 06 resume una lista de productos que son comprados ocasionalmente con el fin de reponer el desgaste natural por su uso. Esta tabla demuestra una estimación de compras anuales de los mismos.

Tabla 07.

Resumen de los costos fijos del Restaurante el Rincón del mar-2019

Costos Fijos	
Planilla (8 personas)	S/ 14,376.82
Agua (cargo fijo 3.64)	S/ 3.64
Luz (cargo fijo 3.11)	S/ 3.11
Pago contador	S/ 200.00
Teléfono/cable/internet	S/ 140.00
Alquileres	S/ 2,000.00
compras utensilios promedio anual	S/ 94.17
Provisiones de planilla	S/ 616.13
TOTAL	S/ 17,433.86

Elaborado por: Los Autores

Nota. En la tabla 07 se muestra la lista de costos fijos que el restaurante tiene que asumir de manera mensual, la cual sirve para determinar el punto de equilibrio.

Tabla 08

Cálculo del Costo Variable de Enero a junio-2019

Mes	Fórmula del Costo variable				Total
	Materia Prima (insumos)	+ MOD	+ CIF variable	=	
Enero	21,837.50	+ 0	+ 1,432.32	=	23,269.82
Febrero	22,039.35	+ 0	+ 1,389.86	=	23,429.21
Marzo	22,880.05	+ 0	+ 1,483.71	=	24,363.76
Abril	23,466.70	+ 0	+ 1,473.76	=	24,940.46
Mayo	23,490.50	+ 0	+ 1,507.09	=	24,997.59
Junio	24,081.45	+ 0	+ 1,529.25	=	25,610.70

Elaborado por: Los autores

Nota. En la tabla 08 muestra los componentes de los costos variables (insumo, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación) para este caso solo aplica insumo y CIF. Nos sirve para hacer el cálculo el margen de contribución .

Tabla 09

Resumen de N° de comandas totales mensuales.

Mes	Total Comandas
Enero	1248
Febrero	1176
Marzo	1205
Abril	1198
Mayo	1215
Junio	1252

Elaborado por: Los autores

Nota. En la tabla 09 está registrado el número de atenciones o comandas hechas por mes.

Tabla 10

Cálculo del Costo variable unitario de Enero a Junio -2019

COSTO DE VENTA UNITARIO					
Mes	Costo variable Totales		/ N° Comandas	=	Total
Enero	S/	23,269.82	/ 1248	=	18.65
Febrero	S/	23,429.21	/ 1176	=	19.92
Marzo	S/	24,363.76	/ 1205	=	20.22
Abril	S/	24,940.46	/ 1198	=	20.82
Mayo	S/	24,997.59	/ 1215	=	20.57
Junio	S/	25,610.70	/ 1252	=	20.46

Elaborado por: Los autores

Nota. En la tabla 10 se encuentra el costo variable unitario según comandas, el cual nos servirá para obtener el punto de equilibrio.

Tabla 11

Cálculo del Precio de venta Unitario según los ingresos totales de Enero a Junio -2019

Precio de venta unitario					
Mes	Ingresos totales		/ N° Comandas	=	Total
Enero	S/	52,027.00	/ 1248	=	41.69
Febrero	S/	53,053.00	/ 1176	=	45.11
Marzo	S/	54,479.00	/ 1205	=	45.21
Abril	S/	55,612.00	/ 1198	=	46.42
Mayo	S/	56,223.00	/ 1215	=	46.27
Junio	S/	57,217.00	/ 1252	=	45.70

Elaborado por: Los autores

Nota. En la tabla 11 se encuentra el precio unitario de ventas según comandas, el cual nos servirá para obtener el punto de equilibrio.

Tabla 12

Cálculo del Punto de Equilibrio según comandas de Enero a Junio-2019

Fórmula del punto de equilibrio según comandas					
Mes	Costo fijo Total			=	Total
	precio de venta unitario	-	costo variable unitario		
Enero	17433.86167			=	756.59
	41.69	-	18.65		
Febrero	17433.86167			=	692.09
	45.11	-	19.92		
Marzo	17433.86167			=	697.58
	45.21	-	20.22		
Abril	17433.86167			=	680.95
	46.42	-	20.82		
Mayo	17433.86167			=	678.36
	46.27	-	20.57		
Junio	17433.86167			=	690.60
	45.70	-	20.46		

Elaborado por: Los autores

Nota. En la tabla 12 se encuentra el punto de equilibrio según comandas mes a mes de los seis meses sujetos a análisis. En esta tabla se observa los diferentes niveles de equilibrio que varían de acuerdo al mes y al número de comandas atendidas, se puede observar también que todos los meses están por encima del nivel mínimo de comandas.

Tabla 13

Cálculo del Punto de Equilibrio costos fijos totales y costos variables totales de Enero a Junio-2019

Fórmula del Punto de Equilibrio			
Mes		Costo Fijo Total	Total
	1 -	<u>Costo variable</u>	=
		Precio de venta	
		17433.86167	
Enero	1 -	<u>23,269.82</u>	= 31541.05
		52,027.00	
Febrero		17433.86167	
	1 -	<u>23,429.21</u>	= 31222.16
		53,053.00	
Marzo		17433.86167	
	1 -	<u>24,363.76</u>	= 31538.16
		54,479.00	
Abril		17433.86167	
	1 -	<u>24,940.46</u>	= 31610.15
		55,612.00	
Mayo		17433.86167	
	1 -	<u>24,997.59</u>	= 31390.59
		56,223.00	
Junio		17433.86167	
	1 -	<u>25,610.70</u>	= 31560.58
		57,217.00	

Elaborado por: Los autores

Nota. En la tabla 13 se puede ver el punto de equilibrio monetario mes a mes por los seis meses sujetos a análisis, según los registros de ventas la empresa está por encima del punto de equilibrio

Tabla 14

Cálculo del Margen de Contribución de Enero a Junio-2019

Fórmula del Margen de Contribución					
Mes	Precio de venta Total	-	Costo Variable Total	=	Total
Enero	52,027.00	-	23,269.82	=	28,757.18
Febrero	53,053.00	-	23,429.21	=	29,623.79
Marzo	54,479.00	-	24,363.76	=	30,115.24
Abril	55,612.00	-	24,940.46	=	30,671.54
Mayo	56,223.00	-	24,997.59	=	31,225.41
Junio	57,217.00	-	25,610.70	=	31,606.30

Elaborado por: Los autores

Nota. En la tabla 14 se encuentra el margen de contribución el cual es la diferencia entre el total de ventas del mes menos el costo variable total del mes hecho mes a mes sujetos a análisis. Es importante determinar el margen de contribución cual es el porcentaje de aporte de los productos vendidos.

Tabla 15

Cálculo de la Estructura de Costos-2019

Mes	Fórmula				Total
	Costo Fijo Total	+	Costo Variable Total	=	
Enero	17433.86167	+	23,269.82	=	40,703.68
Febrero	17433.86167	+	23,429.21	=	40,863.07
Marzo	17433.86167	+	24,363.76	=	41,797.62
Abril	17433.86167	+	24,940.46	=	42,374.32
Mayo	17433.86167	+	24,997.59	=	42,431.45
Junio	17433.86167	+	25,610.70	=	43,044.56

Elaborado por: Los autores

Nota. En la tabla 15 permite determinar el costo total de producción mes a mes por los seis meses sujetos a análisis, a este costo total se le adiciona el porcentaje de utilidad deseada.

Comentario:

Con los resultados obtenidos se puede determinar que la aplicación de teoría de costos de servicio resulta beneficioso para la toma de decisiones con respecto a la fijación de precios para el restaurante el Rincón del mar puesto que al comparar los resultados obtenidos luego de ordenar y clasificar los costos de acuerdo a su naturaleza se puede afirmar que las ganancias obtenidas son mayores que las esperadas o planeadas por el dueño, estas también difieren mucho en las encontradas en el balance general 2018 por lo tanto con esta mejor cálculo de las utilidades obtenidas de este periodo así como también del análisis de los productos y la calidad de nuestros servicios se puede dar un punto de inicio para un crecimiento proyectado para los próximos periodos.

2. Determinar la Fijación de precios de Servicios para la MYPE restaurante El Rincón del mar, Trujillo –Año 2019.

Para determinar la fijación de precios basado en los costos se procedió a ordenar los costos variables totales mensuales del año 2019 (enero-junio) y adicionarle el costo fijo total mensual de los mismos periodos para obtener el costo total del servicio de forma mensual., para obtener el porcentaje de utilidad de cada periodo al ser comparándolos con las ventas totales mensuales de los mismos.

Basado en los costes

Tabla 16

Fijación de Precios basados en los costos -2019

Mes	Costo variable total	Costo fijo total	Costo total	Ventas totales	Utilidad	% de Utilidad
Enero	S/ 23,269.82	S/ 17,266.82	S/ 40,536.64	S/ 52,027.00	S/ 11,490.36	28.35%
Febrero	S/ 23,429.21	S/ 17,266.82	S/ 40,696.03	S/ 53,053.00	S/ 12,356.97	30.36%
Marzo	S/ 24,363.76	S/ 17,266.82	S/ 41,630.58	S/ 54,479.00	S/ 12,848.42	30.86%
Abril	S/ 24,940.46	S/ 17,266.82	S/ 42,207.28	S/ 55,612.00	S/ 13,404.72	31.76%
Mayo	S/ 24,997.59	S/ 17,266.82	S/ 42,264.41	S/ 56,223.00	S/ 13,958.59	33.03%
Junio	S/ 25,610.70	S/ 17,266.82	S/ 42,877.52	S/ 57,217.00	S/ 14,339.48	33.44%

Elaborado por: Los autores

Nota. La tabla 16 permite saber a cuánto asciende la utilidad en términos monetarios, así como también el porcentaje que esta utilidad representa con respecto al costo total.

Tabla 17

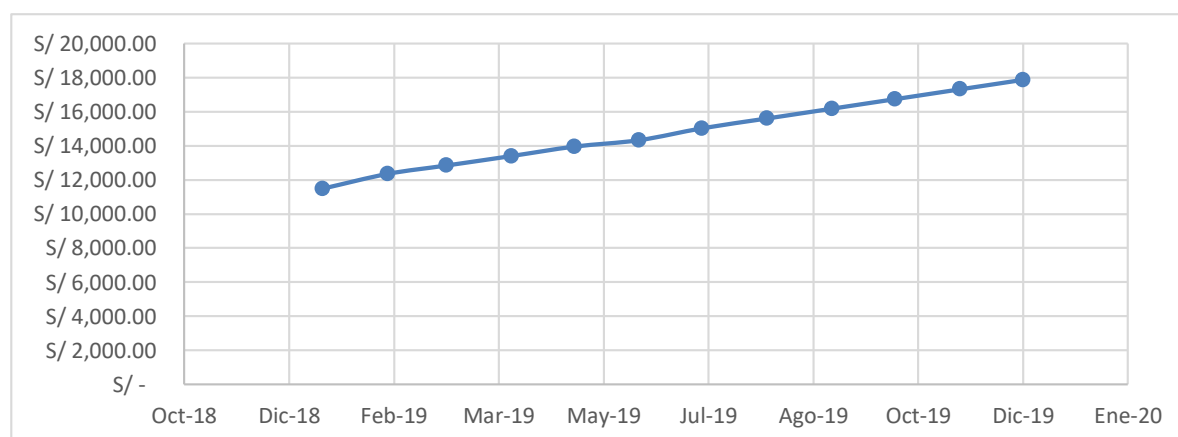
Aplicación de Líneas de Tendencia-2019

Mes	Utilidad	% Utilidad
ene-19	S/ 11,490.36	28.35%
feb-19	S/ 12,356.97	30.36%
mar-19	S/ 12,848.42	30.86%
abr-19	S/ 13,404.72	31.76%
may-19	S/ 13,958.59	33.03%
jun-19	S/ 14,339.48	33.44%
jul-19	S/ 15,036.30	34.76%
ago-19	S/ 15,613.31	35.77%
sep-19	S/ 16,190.31	36.78%
oct-19	S/ 16,748.70	37.76%
nov-19	S/ 17,325.70	38.77%
dic-19	S/ 17,884.09	39.75%

Elaborado por: Los autores

Nota. En la tabla 17 muestra las utilidades obtenidas en los últimos seis meses (enero a junio del 2019), así como también el porcentaje que estos representan, además con los datos obtenidos se ha aplicado una línea de tendencia o un pronóstico de ventas para los seis meses siguientes (julio a diciembre del 2019).

Figura 01



Nota. En la figura 01 se grafica la línea de tendencia con respecto a las utilidades por ventas para el periodo (julio a diciembre 2019).

Tabla 18. *Resumen de estado de ganancias y pérdidas del 2018*

Año	Costo variable total	Costo fijo total	Costo total	Ventas totales	Utilidad	% de Utilidad
2018	S/ 338,122.00	S/ 233,390.00	S/ 571,512.00	S/ 617,695.00	S/ 46,183.00	8.08%

Elaborado por: Los autores

Nota. En la tabla 18 se muestra la utilidad obtenida en el año 2018 así como también el porcentaje de utilidad obtenido en este periodo.

Basado en la competencia

Para efectos de la fijación de precios basado en la competencia se procedió a investigar los precios de negocio similares con productos similares que se encuentren en la misma zona del restaurante el rincón del mar.

Restaurante cevichería Don Augusto, ubicado en Alejo de Gorostiaga cuyos precios en su carta son

Tabla 19

Precios de la carta del restaurante Don Augusto

	Precio
Cebiche simple	22.00
Cebiche mixto	25.00
Chicharrón de pescado	22.00
Arroz con mariscos	24.00
Maracuya	10.00
Cervezas	7.00
Gaseosas	3.00

Elaborado por: Los autores

Nota. Esta tabla muestra los precios de los productos similares vendido

El Pez criollo cevichería restaurante, ubicado en calle 2 Urb. Covicorti, cuyos precios en su carta son:

Tabla 20

Precios de la carta del restaurante El pez criollo

	Precio
Cebiche simple	25.00
Cebiche mixto	25.00
Chicharrón de pescado	20.00
Lomo saltado	20.00
Chicha morada(litro)	12.00
Cervezas	8.00
Gaseosas 1/2 Litro	4.00

Elaborado por: Los autores

Nota. Esta tabla muestra los precios de los productos similares vendidos.

Restaurante Gran chimú, ubicado en calle 2 Urb.Covicorti, cuyos precios en su carta son:

Tabla 21

Precios de la carta del restaurante gran Chimú

	Precio
Cebiche simple	25.00
Cebiche mixto	25.00
Chicharrón de pescado	20.00
Lomo saltado	20.00
Chicha morada(litro)	12.00
Cervezas	8.00
Gaseosas 1/2 Litro	4.00

Elaborado por: Los autores

Nota. Esta tabla muestra los precios de los productos similares vendidos.

El rinconcito de Truper, ubicado en Mz N33 lote 1A Urb. Covicorti, cuyos precios en su carta son:

Tabla 22.

Precios de la carta del restaurante El rinconcito de Truper

	Precio
Cebiche simple	18.00
Cebiche mixto	20.00
Chicharrón de pescado	15.00
Arroz con mariscos	18.00
Chicharrón de pollo	18.00
Chicha Morada	8.00
Cervezas	7.00
Gaseosas	4.00

Elaborado por: Los autores

Nota. Esta tabla muestra los precios de los productos similares vendidos.

Tabla 23

Cuadro comparativo de precios entre el restaurante el rincón del mar y la competencia

Lista de productos de carta	RESTAURANT CEVICHERA EL RINCÓN DEL MAR		RESTAURANTE DON AGUSTO		PEZ CRIOLLO CEVICHERA RESTAURANT		RESTAURANTE GRAN CHIMÚ		RESTAURANTE EL RINCONCITO DE TRUPER	
Leche de Tigre	S/	10.00	S/	10.00						
Cebiche simple	S/	18.00	S/	22.00	S/	25.00	S/	15.00	S/	18.00
Cebiche mixto	S/	22.00	S/	25.00	S/	25.00	S/	20.00	S/	20.00
Chicharrón de pescado	S/	20.00	S/	22.00	S/	20.00	S/	15.00	S/	15.00
Arroz con mariscos	S/	20.00	S/	24.00					S/	18.00
Lomo saltado	S/	22.00			S/	20.00	S/	15.00		
Chicharrón de pollo	S/	20.00					S/	15.00	S/	18.00
Milanesa de pollo	S/	20.00					S/	15.00		
Bistec a lo pobre	S/	20.00					S/	15.00		
Chicha Morada (jarra)	S/	8.00			S/	12.00	S/	8.00	S/	8.00
Maracuya (jarra)	S/	8.00	S/	10.00			S/	8.00		
Cervezas	S/	8.00	S/	7.00	S/	8.00	S/	7.00	S/	7.00
Gaseosas	S/	3.00	S/	3.00	S/	4.00	S/	3.00	S/	4.00

Elaborado por: Los autores

Nota. Esta tabla presenta la comparación de precios de los mismos productos en diferentes locales

Basado en la demanda

Para efectos de la fijación de precios basado en la demanda se ha elaborado una breve encuesta para determinar la frecuencia con la que las personas almuerzan fuera de su hogar, debemos mencionar que la demanda se basa en el precio, calidad y servicio.

Tabla 24

Encuesta aplicada a clientes del Restaurante El rincón del mar-2019

Encuesta interna realizada a 100 clientes			
Pregunta		Respuesta	
		Nº	%
1. ¿Estuvo conforme con el servicio brindado?	SI	98	98%
	NO	2	2%
2. ¿Le pareció buena la comida del local?	SI	99	99%
	NO	1	1%

Elaborado por: Los autores

Nota. Esta tabla es el resumen de la encuesta realizada a los clientes del restaurante con la finalidad de obtener información sobre la calidad y atención que recibieron en el establecimiento. Lo que arrojó la encuesta es que casi la totalidad de los comensales estuvo conforme con la atención recibida, así como también con la calidad de los alimentos.

Tabla 25

Encuesta aplicada a 100 personas -2019

Encuesta externa realizada a 100 personas				
Pregunta	Respuesta			Total
	Precios	Precios	Precios	
Cuánto pagaría Usted por:				
	S/. 15.00	S/. 20.00	S/. 25.00	
Cebiche	25	45	30	100
Chicharrón de pescado	30	52	18	100
Arroz con mariscos	30	50	24	104

Elaborado por: Los autores

Nota. Esta tabla es el resumen de la encuesta realizada a 100 personas encuestadas en la calle con la finalidad de que se pueda saber qué precios consideran ellos como justos o se sentirían conformes de pagar por 3 diferentes platos. Se puede verificar que casi el total de los encuestados consideran como accesibles los precios promedio.

Comentario:

De los resultados obtenidos luego de comparar los tres métodos de fijación de precios (Basados en los costos, basados en la competencia, basados en los costos), puede concluir que siendo estos tres métodos muy diferente pero a su vez tan importantes para obtener una adecuada fijación de precios se ha concluido que el más beneficioso para este caso es el método basados en los costos ya que gracias a este sistema se puede determinar elementos muy importantes como son punto de equilibrio, costo variable, etc. Para que partir de la suma de estos se pueda aplicar el porcentaje de utilidad deseado.

Tabla 26.

Cuadro comparativo entre los tres tipos de fijación de precios.

Tipo de fijación de precios	Definición	Ventajas	Desventajas
Fijación de precios de acuerdo a la competencia	Es una situación de empresas que rivalizan en el mercado ofreciendo o demandando un mismo producto o servicio; o podríamos decir también que es el conjunto de empresas que satisfacen una misma necesidad de un cliente.	<p>Es un método sencillo ya que con productos idénticos o similares es fácil copiar los precios de los consumidores.</p> <p>Tiene bajo nivel de riesgo porque si los precios que establece la competencia los mantiene operativos es posible que pase lo mismo con otras empresas.</p> <p>Conduce a un equilibrio porque nos hace suponer que la mayoría de integrantes del mercado fija sus precios de manera competitiva con el tiempo el mercado alcanzara un precio de equilibrio.</p>	<p>No presenta un precio óptimo ya que los costos fijos no son iguales para todas las empresas.</p> <p>Mercado estático ya que si los precios del mercado no son los óptimos las ganancias de todos los competidores no serán las esperadas.</p> <p>Pueden mandarnos al abismo, porque si una empresa fija sus precios por debajo de otra empresa que no fijo sus precios a un nivel óptimo, esta se verá mucho más afectada que la primera.</p>
Fijación de precios de	Existe una relación inversa entre el precio y la demanda, ya que mientras más elevado sea el precio del bien o servicio menor será su demanda. También es un método difícil de entender puesto que la empresa desconoce la demanda que su producto	Este método establece los precios usando la psicología del consumidor o teniendo en cuenta los diferentes mercados y la	Los consumidores pueden elegir si los precios son muy altos productos sustitutos o similares.

acuerdo a la demanda	enfrenta. Se puede añadir que para la fijación de precios basado en la demanda se tiene que tener en cuenta factores como la relación calidad-precio, existencia de productos sustitutos y originalidad de sus productos, entre los métodos más comunes se tiene: Discriminación de precios, experimentación e intuición.	elasticidad de la demanda.	
Fijación de precios en base a los costos	Método de fijación de precios basado en los costes. El método de fijación de precios basado en los costes es el procedimiento más familiar para las empresas. Consiste en la adición de un margen de beneficio al coste del producto. ... El inconveniente es cómo repartir los costes fijos entre los productos.	Incluye los costos de producción, de operación y el porcentaje de ganancia deseado por la gerencia, en función de las utilidades que se deseen alcanzar. Asegura la recuperación total de los costos que es una condición imprescindible para reemplazar la capacidad instalada cuando sea necesario.	Dificultad para la distribución o prorrateo de los costos fijos. Los precios dependerán del volumen de producción ya que a más volumen de producción menor será el costo unitario total. No considera la elasticidad de la demanda. No toma en cuenta el papel que desempeña la competencia.

Elaborado por: Los autores

Nota. En este cuadro muestra las diferencias entre los tres tipos de fijación de precios.

Para nuestro caso:

Fijación de precios de acuerdo a la competencia:

Nos permite determinar los precios de los competidores de manera rápida y sencilla porque podemos comparar los precios de los restaurantes aledaños a nuestro local y así poder copiar los precios de los competidores.

Por deducción podemos suponer que si los precios aplicados en la competencia los mantiene funcionando eso también debería pasar en nuestro caso.

Fijación de precios de acuerdo a la demanda:

Si bien es cierto que la demanda funciona en forma opuesta que la oferta, ya que mientras más alto sea el precio menos será su demanda, para nuestro caso analizamos en forma aleatoria los máximos niveles de precios que los clientes están dispuestos a pagar y podemos determinar o fijar un precio, pero internamente la utilidad no será la misma para todas las empresas, es más para algunas estos precios podrían llevarlos a pérdidas ya que no todas las empresas tienen similares costos fijos y es ahí donde conviene hacer un análisis sobre este tema antes de fijar los precios.

Fijación de precios en base a los costos:

Propone un análisis más profundo acerca de la situación real de la empresa, ya que considera todos los componentes que se requiere para la elaboración y atención del servicio de comida de nuestro local.

Llevándonos a comprender mejor que en nuestro caso los precios no se pueden fijar solamente por similitud o mercado sino que también se tiene que hacer un previo análisis de los costos que se conlleva su elaboración.

Conclusión:

Después de analizar los tres métodos antes mencionados podemos afirmar que el método más completo y eficiente para nuestro caso es el método de fijación de precios basado en los costos, ya que nos brinda información muy importante que los otros métodos no nos proporcionan, mejorando nuestro conocimiento acerca de cómo nacen y se agrupan los diferentes tipos de costos, además nos permite hacer análisis de cómo influyen los costos en la utilidad y ganancia de las empresas para así poder tomar mejores decisiones con

respecto al manejo de los costos fijos y variables y así poder determinar el mejor precio de venta que la empresa pueda obtener.

Gracias a este método podemos determinar

- Costo fijo total
- Costo variable total
- Punto de equilibrio
- Margen de contribución
- Costo variable unitario
- Precio de venta unitario
- Porcentaje de utilidad, etc.

Todos estos valores no los podemos determinar con exactitud mediante los otros dos métodos, por lo que concluimos que este método es el más adecuado para determinar la fijación de los precios de la empresa.

Analizar el efecto de la teoría de Costos de servicios en la fijación de precios de la MYPE restaurante El Rincón del Mar, Trujillo 2019.

Al aplicar la teoría de costos se puede determinar con claridad cuánto son los costos variables totales, los costos fijos totales, saber cuál es el valor monetario de los insumos utilizados, así como también a cuánto asciende los costos indirectos de fabricación, se puede saber también cuál es el punto de equilibrio con el que se puede determinar el nivel mínimo de ventas para no sufrir pérdidas. Todo esto con el fin de determinar el costo total del servicio y que se pueda adicionar el margen de utilidad deseado siempre y cuando este total de ventas sea razonable con los precios que el mercado está dispuesto a pagar, así como también con los precios de la competencia.

Tabla 27

Cuadro de ventas totales modificando el porcentaje de utilidad

Mes	Costo total	% de utilidad	Utilidad en s/.	Ventas totales	Ventas totales normales	Diferencia	% De variación de ventas totales
Enero	S/. 40,536.64	50.00%	S/. 20,268.32	S/. 60,804.96	S/. 52,027.00	S/. 8,777.96	16.87%

Elaborado por: Los autores

Nota. Este cuadro muestra una simulación en el cual la empresa pretende ganar un 50% de utilidad a partir del costo total lo significa que sus ventas totales aumenten a 60804.60 y esto originaria un aumento de los precios unitarios de los productos vendidos.

Tabla 28

Cuadro de simulación de aumento de precios ante un aumento del porcentaje de utilidad.

	Precio	% De variación	Nuevo precio	Cantidad	Total
Leche de Tigre	S/ 10.00	16.87%	S/ 11.69	501	S/ 5,855.19
Cebiche simple	S/ 18.00	16.87%	S/ 21.04	417	S/ 8,772.26
Cebiche mixto	S/ 22.00	16.87%	S/ 25.71	420	S/ 10,798.79
Chicharrón de pescado	S/ 20.00	16.87%	S/ 23.37	256	S/ 5,983.74
Arroz con mariscos	S/ 20.00	16.87%	S/ 23.37	260	S/ 6,077.24
Lomo saltado	S/ 22.00	16.87%	S/ 25.71	180	S/ 4,628.05
Chicharrón de pollo	S/ 20.00	16.87%	S/ 23.37	98	S/ 2,290.65
Milanesa de pollo	S/ 20.00	16.87%	S/ 23.37	95	S/ 2,220.53
Bistec a lo pobre	S/ 20.00	16.87%	S/ 23.37	180	S/ 4,207.32
		16.87%			
Chicha Morada	S/ 8.00	16.87%	S/ 9.35	310	S/ 2,898.38
Maracuya	S/ 8.00	16.87%	S/ 9.35	320	S/ 2,991.87
Cervezas	S/ 8.00	16.87%	S/ 9.35	190	S/ 1,776.42
Gaseosas	S/ 3.00	16.87%	S/ 3.51	657	S/ 2,303.51
			TOTAL		S/ 60,803.95

Elaborado por: Los autores

Nota. En este cuadro se puede observar la variación que tuvieron que tener el precio de los platos para obtener una utilidad del 50 % a partir del costo total.

LA TEORÍA DE COSTOS DE SERVICIOS TIENE UN EFECTO POSITIVO EN LA FIJACIÓN DE PRECIOS DE LA MYPE RESTAURANTE EL RINCÓN DEL MAR, TRUJILLO, AÑO 2019.

Después de haber realizado el análisis de la situación actual de la MYPE restaurante El rincón del mar, se determinó que existe un efecto positivo con la aplicación de Teoría de Costos en la fijación de precios de sus productos.

Que la aplicación de Teoría de costos nos ayuda a determinar de manera certera los costos variables, costos fijos y costos indirectos de fabricación, los cuales son indispensables para tener un mejor entendimiento de la situación actual de la empresa, así como también ayuda a tomar mejores decisiones.

Se determinó los costos reales del servicio fijando, los precios de manera certera, esto se obtuvo basándonos en el margen de utilidad que queremos alcanzar, este a su vez tuvo que ser contrastado con los precios del mercado y los de la competencia, una vez realizado el análisis de estos tres factores, determinamos el precio que mejor se ajuste a nuestra realidad.

Con los resultados encontrados podemos decir que el porcentaje de utilidad es mayor al que presenta en su balance general 2018, esto quiere decir la aplicación de teoría de costos tiene un efecto positivo en la fijación de precios ya que demuestra una utilidad mayor a la encontrada lo cual confirma nuestra hipótesis planteada.

IV. Discusión

Córdova & Moreno (2017) en su artículo "The importance of a good pricing strategy as a tool of market penetration", concluyen que no hay una fórmula específica para la fijación de Precio, en si la estrategia adecuada será la que más se adapte a la naturaleza, será el objetivo que quiera alcanzar la empresa en un tiempo determinado y proponer alternativas para la toma de decisiones.

Los resultados obtenidos concuerdan con los autores Córdova y Moreno puesto que luego de obtener el total de los costos del servicio podemos adicionar el nivel de utilidad que se quiera obtener, pero se tiene dos condicionantes que son la competencia y el mercado, por lo que se debe implementar la estrategia adecuada de a qué nivel de mercado se apunta y así comparar el nivel de precios de negocios similares para proponer precios adecuados del mercado que se busca.

Alameda (2017) en su artículo "Estrategias y niveles de precios y su impacto en la rentabilidad de las empresas". Planteando como objetivo hacer una propuesta y poner a prueba un modelo teórico que indique impactos en la política de fijación de precio en su rentabilidad de las empresas. El autor llegó a la conclusión que para tener un desempeño o mejor que sus competidores, las empresas deben establecer conocimientos y habilidades, ya que el rol de capacidad de la fijación de precios como una herramienta para mejorar efectivamente es de vital importancia, por otra parte, con respecto a la rentabilidad afecta positivamente en las empresas debido a la estrategia de precio que son basados en el valor y niveles tanto de precios altos y negativamente de precios bajos.

Los resultados obtenidos concuerdan con el autor Alameda ya que nos habla que para tener un desempeño mejor que la competencia las empresas deben establecer conocimientos y habilidades para nuestro caso los conocimientos son referidos al identificar y agrupar los distintos costos que se incluyen para la realización del servicio y determinar un real costo total. Así también se tiene que tener habilidad para fijar los precios de los productos determinándolos adecuadamente de acuerdo al nivel del mercado en el cual uno se desenvuelve.

De la Cruz & Marreros (2018) en su Tesis "Costos de Producción y su Influencia en la Fijación de Precio del Restaurante Grill "Fuego & Asado". Planteando como objetivo determinar la influencia de costos en la fijación de Precios el autor concluyó que no existe

un control sobre la materia Prima, también no se conoce el costo real de la producción de cada plato por lo tanto su fijación de precio se basa en lo general en la competencia.

Lo resultados obtenidos no concuerdan con la investigación del autor De la cruz & Marreros ya que si bien es cierto no se conoce el costo unitario de cada plato por lo complejo que resulta encontrarlo, si se puede determinar el costo global mediante el sistema de costeo gerencial, el cual sugiere agrupar los diferentes componentes del costo de acuerdo a su naturaleza y totalizarlos mediante periodo , para que así se pueda conocer o costos variables totales y costos fijos totales que se usaron para realizar el servicio. Entonces no solo se puede fijar precios mediante los precios de la competencia sino también se puede fijar mediante el sistema de costeo gerencial o través de los indicadores que el mercado provee.

Córdova (2018) en su tesis “Sistema de costeo ABC y la determinación de del precio en los restaurantes de Pollos y Parillas, San Borja 2017”. Cuyo objetivo es determinar la relación de los costos y el precio, concluyó que hay una relación positiva considerable con respecto al precio, esto se da ya que se ha aplicado el sistema de costeo ABC, en la cual se puede determinar un costo más exacto en la elaboración del producto así obteniendo el costo real de este.

Los resultados obtenidos concuerdan con la investigación del autor Córdova puesto que el fin de la elaboración de un sistema de costeo es determinar con exactitud a cuánto asciende los costos de un determinado producto o servicio para que así la gerencia pueda decidir el nivel de ganancias que quiera obtener.

Para Hernández (2016) en su Tesis “Sistema de costo de Producción y su influencia en la determinación del costo y Precio de las comidas del Restaurante el Paisa E.I.R.L, cuyo objetivo fue realizar un diagnóstico actual de costos de precios de comidas, diseñar un sistema y aplicar un sistema de costos de producción con la finalidad de determinar los precios y costos de comidas ,concluyó que al comparar de forma objetiva el costo real y estimado para la preparación de sus platos a la carta, este reflejó una disminución del costo de la producción.

Los resultados obtenidos no concuerdan con la investigación del autor Hernández ya que es muy complejo determinar con exactitud el precio unitario de cada plato y por consecuencia determinar la utilidad de cada uno. Aunque se coincide que es importante realizar un sistema de costeo por el gran valor informativo que nos brindan.

Para Viscencio (2012) En teoría los costos son una herramienta fundamental no solo porque definen el beneficio económico o utilidad como la diferencia entre los ingresos y los costos, sino porque proporcionan información importante para el análisis previo a la toma de decisiones para los negocios.

Los resultados obtenidos concuerdan ya que resalta la importancia de la teoría de costos, no solo porque identifica la utilidad económica o beneficio si no porque proporciona información importante para la toma de decisiones la cual es fundamental para el progreso o crecimiento de las empresas.

Según Metzger & Donaire (2007) Nos dice que la rentabilidad de un proyecto concreto se da cuando las ventas unitarias superan el punto en el cual se recuperó los costos totales del proyecto por unidad, a esto se le llama punto de equilibrio del proyecto, en otras palabras, las ventas o ingresos por encima del punto de equilibrio son ganancias o utilidades para la empresa, también nos dice que en punto de equilibrio se puede obtener en cantidad de ventas unitarias o en cantidad dineraria.

Tomamos su teoría para explicar y definir el cálculo del punto de equilibrio para nuestra empresa, esta información es muy importante para determinar el nivel de ventas que debemos alcanzar para cubrir los costos fijos.

Según Gonzales (2016) Son los que permanecen constantes dentro de un periodo, y que no tienen nada que ver con los volúmenes de producción o venta. Tenemos los alquileres de local, planillas de trabajadores, pagos por servicios de agua y luz, pagos por los servicios de contaduría, pagos de los distintos tipos de impuestos de los que somos afectos, etc.

Gracias a sus definiciones sobre los costos fijos se puede determinar cuáles son fijos para el caso de nuestra empresa.

Gómez (2016) hace mención que los costos variables son los que, cuya magnitud, cambian en razón directa al volumen de las operaciones realizadas. Tenemos la materia prima directa, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación.

Gracias a su trabajo podemos definir que son costos variables, esto nos permite clasificar los costos variables de nuestra empresa y así poder determinar el la cantidad de insumos y Costos de indirectos de fabricación que usamos.

Czinkota & Massaki (2001) La fijación de precios es importante porque, para las empresas es el principal medio de obtención de ingresos, es un instrumento competitivo, es en la mayoría de casos la información única de la que el consumidor dispone, nos sirve como indicador de calidad que ofrece la empresa ya sea en productos o servicios, sirve como elemento de diferenciación de la oferta de una empresa con respecto a la competencia, regula la demanda y también puede actuar como filtro para la selección de tipos a nivel de clientela.

Coincidimos ya que los precios vienen a ser los ingresos de cualquier empresa y por ende la principal forma de obtener dinero, el precio a su vez nos sirve como indicador de calidad de productos o servicios, nos permite diferenciarnos con la competencia y selecciona el nivel de clientela.

V. Conclusiones

- 5.1** Según nuestro objetivo general se determinó que hay un efecto positivo con la aplicación de la Teoría de Costos de Servicio en la fijación de precios ya que luego de aplicar este procedimiento podemos determinar con claridad y exactitud a cuánto ascienden nuestros costos variables y fijos así poder determinar el verdadero margen de utilidad que tiene la empresa, así también poder aumentar este margen hasta el punto que el mercado y la competencia lo permitan.
- 5.2** Según nuestro objetivo Específico al aplicar la teoría de costos en la Mype restaurante EL rincón del mar se pudo clasificar los diferentes tipos de costos e los que incurre la empresa , así como también determinar un orden en las compras y ventas diarias de esta empresa .
- 5.3** Según nuestro objetivo Específico Se estudió el efecto que tenían tres métodos de fijación de precios como son: fijación de precios basados en los costos, fijación de precios basados en la demanda y fijación de precios basados en la competencia y se pudo determinar que si bien es cierto los tres son muy importantes el método del que más beneficios se obtiene es el de fijación de precios basado en los costos ya que nos proporciona información muy importante para la toma de decisiones en función al crecimiento y mejora de la empresa.
- 5.4** Según nuestro objetivo se propuso la utilización de un sistema de Costeo Gerencial el cual ayudara a un mejor control de los costos a través de cuadros, ecuaciones y diagramas que faciliten el registro de las compras de insumos, de los costos indirectos de fabricación, así como también de los costos fijos, todo esto con la finalidad de mejorar el control de los productos y también de tomar mejores decisiones con respecto a el futuro de la empresa.

VI. Recomendaciones

- 5.1** Según nuestro objetivo general recomendamos llevar un control diario de las compras de insumos y separar lo comprado de lo consumido para luego hacer un registro mensual el cual diferencie lo antes mencionado, así también registrar todos los costos indirectos de fabricación y poder determinar el costo variable mensual. También se debe computar todos los costos fijos para poder obtener el costo total del mes de manera más simple.
- 5.2** Según nuestro objetivo específico recomienda realizar encuestas a los clientes dos veces al año para tener una idea clara de la calidad del servicio que se está brindando esto es muy beneficioso ya que mantenemos vigente la opinión de los comensales, así también se debe monitorear los precios de los negocios que figuran como nuestra competencia directa para poder analizar que ventaja podríamos sacarles. También se recomienda estar alerta con las variaciones de los precios de los insumos ya que esto afecta directamente la utilidad.
- 5.3** Según nuestro objetivo específico se recomienda aplicar el uso de los recursos antes mencionados con la finalidad de llevar un control óptimo de las compras de insumos y de costos indirectos de fabricación así también programar los pagos de los costos fijos de manera que no afecten con la liquides de la empresa.
- 5.4** Según nuestro objetivo específico se recomienda Cumplir con todo lo antes mencionado para poder realizar análisis periódicos de la aplicación de los costos gerenciales y corroborar el efecto positivo que este mecanismo tiene en la obtención de la utilidad y una mejor toma de decisiones para el beneficio de la empresa.

VII. Propuesta

Analizar la evolución de la situación económica de la empresa a partir de la aplicación de un sistema de Costeo Gerencial – Año 2019

Introducción

Después de la investigación realizada a la empresa MYPE restaurante El Rincón del Mar, periodo 2019 se pudo determinar la necesidad de aplicar un sistema de coteo para la fijación de precios de este local por lo que se plantea realizar un seguimiento para analizar la evolución de la situación económica de la misma con el fin de determinar el grado de mejorar económicas que puede alcanzar.

Objetivo General

Evaluar la situación económica de la empresa a partir de la aplicación de un sistema de costeo gerencial.

Objetivo Especifico

Recoger información trimestral de la situación económica de la empresa a partir de la aplicación de un sistema de costeo gerencial.

Comparar la utilidad del ejercicio obtenida al final del periodo con la del periodo anterior y así poder determinar en cuanto influyo la utilización de un sistema de costeo.

Plan de trabajo

- a. Reunión con el gerente propietario para coordinar sobre la propuesta hecha y comprometer al cumplimiento del llenado de los registros de costos antes mencionados o facilitar la información de compras y compromisos para el registro correspondiente.
- b. Recoger la información mensual para el análisis correspondiente
- c. Acceso a información contable de periodos anteriores
- d. Comparar lo analizado con periodos anteriores para determinar el efecto del uso de un sistema de costeo gerencial y su impacto en la utilidad de la empresa.

Referencias

Alamed, J. (2017). *Estrategias y niveles de precios y su Impacto en la Rentabilidad de las empresas*. Vol. 52 Sao Paolo: Edición N°2. Recuperado desde:

http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S00821072017000200120&lang=es

Aquino (2018) *Gestión de Costo y su determinación en los precios de venta de la empresa metalmecánica del callao*. Recuperado de:

http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/32101/Aquino_SFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Burton (2016) *Small Business Sourcebook: The Entrepreneur's Resource*. Vol.5.33. Edición. Farmington Hills, MI: Gale p2579-2635.

Castelló, E. & Lizcano, J. (1993) *El Sistema de costeo en Empresas de Servicios*. Cap. 2. Recuperado de.

<https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/8805/cap2.pdf?sequence=4>

Cartier, E. y Osorio, O. (1992). *Teoría general del costo Un Marco Necesario*. Ciudad de la Habana-Cuba. Recuperado de:

<https://apps.econ.unicen.edu.ar/sitios/costos/wp-content/uploads/2016/03/TGC-Marco-Necesario.pdf>

Czinkota, M. & Masaaki, K. (2001). *Estrategia de Asignación de Precios y Administración de la mercadotecnia*. 8 edición. Gale Virtual Reference Library. Recuperado de:

<http://link.galegroup.com/apps/doc/CX3002700125/GVRL?u=univcv&sid=GVRL&xid=a6549d2d>

Cordova, C & Moreno, D (2017). *The importance of a good pricing strategy as a tool of market penetration*. Vol. 18. Edición N°2. Recuperado desde:

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0124-86932017000200004&lang=es

- Corvo, T. (2018). *Teoría de Costos: Principios, Aplicaciones y Ejemplos*. Recuperado de:
<https://www.lifeder.com/teoria-costos/>
- Czinkota, M. (2001) *“Competencia” Administración de la mercadotecnia .8 tava Edición , 2nd ed.*
Biblioteca de referencia virtual. Accessed 16 mayo 2019. Recuperado de:
<http://link.galegroup.com/apps/doc/CX3002700039/GVRL?u=univcv&sid=GVRL&xid=c99d67dd>.
- Escudero, J. (2013) *Costes y volumen óptimo de pedido “Gestión logística y comercial”*
MLA 8va edición. Recuperado de:
<http://link.galegroup.com/apps/doc/CX7062600008/GVRL?u=univcv&sid=GVRL&xid=09a115ca>.
- Gonzales, F. (2016). *Costos Fijos y Variables*. Recuperado de:
<https://gonzalezferrariblog.wordpress.com/2016/08/09/1-costos-fijos-y-variables/>
- Gómez. (2016). *La contabilidad de Costos, Importancia, clasificación y su relación la empresa*. Recuperado de:
<https://www.aeca.es/old/buscador/infoaeca/articulospecializados/pdf/auditoria/pdfcontabilidad/16.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*.
México: McGraw Hill Education. Reuperado de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*.
México: Graw Hill Interamericana.
- Horngren, C. (2012) *Contabilidad de costos. Un enfoque gerencial*, México. Décimo Cuarta Edición.
- Isidro, C. (2014) *Análisis de Costos y Presupuestos en el Planeamiento estratégico Gerencial- Teoría y aplicación práctica*. Lima: Pacífico Editores SAC

Klotler, P. & Armstrong, G. (2013) *Fundamentos de Marketing*. Décimo Primera Edición. Pearson Educación de México. Editorial Mexicana.

MEF (2018). *Ministerio de Economía y Finanzas – Nic 2*. Recuperado de:

<https://www.mef.gob.pe/es/consejo-normativo-de-contabilidad/nics?id=5255>

Mayes, T. (2010) Punto de equilibrio “Análisis Financiero” 5th edición. Recuperado de:

<http://link.galegroup.com/apps/doc/CX2338500059/GVRL?u=univcv&sid=GVRL&xid=053de5d9>

Mcelvaine, R. (2004) *Consumerism*. MLA 8^a edición. Vol. 1. Recuperado de:

<http://link.galegroup.com/apps/doc/CX3404500122/GVRL?u=univcv&sid=GVRL&xid=7f0fb78a>

Metzger, M. & Donaire, V (2007) *Gerencia Estratégica de mercado*. México: Cengage learning. Biblioteca de referencia virtual. Accessed 16 mayo 2019. Recuperado de:

http://go.galegroup.com/ps/pdfViewer?resultListType=RELATED_DOCUMENT&searchType=BasicSearchForm&c2c=true&docId=GALE%7CCX4061400001&userGroupName=univcv&inPS=true&contentSegment=&prodId=GVRL&isETOC=true#content

Metzger, M & Donaire, V (1999) *Proceso de fijación de precio orientado hacia el mercado. Gerencia Estratégica de mercado*. México: Cengage learning. Biblioteca de referencia virtual. Accessed 16 mayo 2019. Recuperado de:

Library,<http://link.galegroup.com/apps/doc/CX4061400043/GVRL?u=univcv&gsid=GVRL&xid=f24fb89f>.

Miranda, H. & Michele, P. (2012) *Marketing Managers “From Green Industries to Green Jobs”*. MLA 8 edición. Gale virtual reference library. Recuperado de:

<http://link.galegroup.com/apps/doc/CX4020600094/GVRL?u=univcv&sid=GVRL&xid=b498a76b>

Ojeda (2012). Marketing - Mix: “*La gestión del producto y del precio*”. Marketing – *turístico*. 8 tava Edición. pp 48-83. Biblioteca de referencia virtual. Accessed 16 mayo 2019. Recuperado de:

<http://link.galegroup.com/apps/doc/CX7063400010/GVRL?u=univcv&sid=GVRL&xid=f5032033>.

Schmal, F & Olave, T. (2014). *Optimización del Proceso de atención al cliente en un restaurante durante periodos de alta demanda*. Vol. 25 Recuperado de:

<https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642014000400005>.

Stanton, W., Etzel, M & Walker. (2007). *Fundamentos de Marketing*. Décimo tercera Edición. Editorial Mexicana. Interamericana Editores, S.A. de C.V.

Udolkin, S. (2014). *Contabilidad de Costos y de Gestión*. Primera Edición-Lima. Editorial: Universidad del Pacífico.

Viscencio. H. (2002a). “*Decisiones de Costos*” *Economía para la toma de decisiones* MLA 8ª Edición México. Biblioteca de referencia virtual. Accessed 16 mayo 2019. Recuperado de:

<http://link.galegroup.com/apps/doc/CX3002000017/GVRL?u=univcv&sid=GVRL&xid=c2cd39f9>

Viscencio. H. (2002b). “*Decisiones de Costos*” *Economía para la toma de decisiones* MLA 8ª Edición México. Biblioteca de referencia virtual. Recuperado de:

<http://link.galegroup.com/apps/doc/CX3002000017/GVRL?u=univcv&sid=GVRL&xid=c2cd39f9>.

Vallet, T., Vallet, A. Casanova, E., Del Corte, V. Estrada, M., Fandos, J., Gallart, V., Monte, P. (2015) *Principios de Marketing Estratégico*. Primera Edición .Universitat Jaume I. Servei de Comunicació y Publicaciones. ProQuest Ebook Central. Recuperado de:

<http://ebookcentral.proquest.com/lib/upritsp/detail.action?docID=4499459>.

Virgil, B. (2016) *Financial Management.*” *Small Business Sourcebook. The Entrepreneur’s Resource*”. MIA (8^a edición. Recuperado de:

<http://link.galegroup.com/apps/doc/CX3631900388/GVRL?u=univcv&sid=GVRL&xid=5e2a6746>

ANEXOS

ANEXO 1: Entrevista

ENTREVISTA

La Presente Entrevista tiene de finalidad adjuntar información para poder aplicar la Teoría de Costos de Servicios y ver cuál es el efecto en la fijación de Precios.

Variable: Teoría de costos de servicio.

DATOS GENERALES:

a) Rubro de la Empresa:

.....

b) Régimen:

.....

c) Número de Trabajadores de la Empresa:

.....

DATOS PARA EL ESTUDIO

1. ¿Tiene conocimiento de la Teoría de Costos? Explique.

.....
.....

2. ¿En su negocio usted aplica algún tipo de sistema de costeo? Explique.

.....
.....

3. ¿Cuál es su capacidad de atención?

.....
.....

4. ¿Sabe usted cuanto debe vender para cubrir sus costos? Explique.

.....
.....

5. ¿Sabe qué porcentaje de venta contribuye a cubrir los costos fijos? Explique.

.....
.....

6. ¿Cómo determina sus costos fijos totales y sus costos fijos variables totales?

.....
.....

ENTREVISTA

Variable: Fijación de Precio.

1. ¿Tiene conocimiento de cómo fijar precios? Explique.

.....
.....

2. ¿Cómo determinó el precio de sus platos?

.....
.....

3. ¿Cuántos negocios similares existen en la zona?

.....
.....

4. ¿Conoce los precios que ofrece su competencia con respecto a sus productos similares?

.....
.....

5. ¿Cuál es el nivel de ventas que espera para su negocio?

.....
.....

6. ¿Cómo cree que aumentaría el nivel de ventas y que estrategia emplearía?

.....
.....

ANEXO 3: Balance General del restaurante El rincón del mar-2017

EI RINCÓN DEL MAR

Balance General

Del 1 al 31 de diciembre del 2017

(Expresado en Soles)

ACTIVO

Caja y Bancos	23,846.00
Inv.valoor razonable y disp para la vida	
Ctas. Por cobrar comerciales -terceros	
Ctas. Por cobrar comerciales -relacionados	
Ctas por per, acc, soc, dir y ger	
Ctas. Por cobrar diversas -terceros	
Ctas. Por cobrar diversas -relaciondos	
Serv. y otros contratados por anticipado	
Estimación ctas de cobranza dudosa	
Mercaderias	233,048.00
Productos terminados	
Subproductos , desechos y desperdicios	
Productos en proceso	

PASIVO

Sobregiros Bancarios	
Trib y aport sis pen y salud por pagar	5,739.00
Remuneraciones y participaciones por pagar	
Ctas por pagar comerciales-terceros	28,950.00
Ctas por pagar comerciales-relacionadas	
Ctas por pagar acc,directores y gerentes	40,000.00
Ctas por pagaar diversas-terceros	
Ctas por pagaar diversas-relacionadas	
Obligaciones Financieras	262,172.00
Provisiones	
Pasivo diferido	
TOTAL PASIVO	336,861.00

Materia prima	
Materiales aux, suministros y repuestos	87,257.00
Envases y embalajes	23,440.00
Existencias por recibir	
Desvalorización de existencias	
Activos no cotes mantenidos para la venta	
Otros Activos Corrientes	3,078.00
Inversiones mobiliarias	
Inversiones inmobiliarias	
Activ adq . en arrendamiento financiero	77,415.00
Inmuebles , maquinaria y equipo	235,110.00
Depreciación se 1,2 e IMEI acumulad	-104,719.00
Intangibles	
Activos biológicos	
Depreciación ,activos Biológicos .,amortización y agotamiento acumulada	
Desvalorización de activo inmovilizado	
Activo diferido	
TOTAL ACTIVO NETO	578,475.00

PATRIMONIO	
Capital	100,000.00
Acciones de inversión	
Capital adicional positivo	
Capital adicional negativo	
Resultados no realizados	
Excedente de revaluación	
Reservas	
Resultados acumulados positivos	100,803.00
Resultados acumulados negativos	
Utilidad del ejercicio	40,811.00
Pérdida del ejercicio	
TOTAL PATRIMONIO	241,614.00
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	578,475.00

ANEXO 4 : Estado de Ganancias y Pérdidas del restaurante El rincón del mar-2017

EL RINCÓN DEL MAR
Estado de Ganancias y Pérdidas
Del 1 al 31 de diciembre del 2017
(Expresado en Soles)

Ventas Netas		480,763.00
(-) Descuentos , rebajas y bonificaciones		
Ventas netas		480,763.00
(-) Costo de Ventas		-140,726.00
(=) Resultado Bruto	Utilidad	340,037.00
	Pérdida	-
(-) Gastos Operativos		
Gastos de Ventas.		-147,967.00
Gastos de Administración		-144,290.00
(=) Resultado de Operación	Utilidad	47,780.00
	Pérdida	-
(-) Gastos Financieros		-2,324.00
(+) Ingresos Financieros gravados		-
(+) Otros ingresos Gravados		-
(+) Otros ingresos no Gravados		-
(+) Enajenación de valores y bienes del activo fijo		
(-) Costo enajenación de valores y bienes activo fijo		
(-) Gastos diversos		
REI Positivo		
REI Negativo		
(=) Resultado Antes de Participación	Utilidad	45,456.00
	Pérdida	-
(-) Distribución legal de la renta		
Resultado antes del impuesto	Utilidad	45,456.00
	Pérdida	-
(-) Impuesto a la Renta		-4,645.00
Resultado del ejercicio	Utilidad	40,811.00
	Pérdida	

ANEXO 5 : Balance General del restaurante El rincón del mar-2018

EI RINCÓN DEL MAR
Balance General
Del 1 al 31 de diciembre del 2018
(Expresado en Soles)

ACTIVO		PASIVO	
Caja y Bancos	14,248.00	Sobregiros Bancarios	
Inv.valoor razonable y disp para la vida		Trib y aport sis pen y salud por pagar	14,581.00
Ctas. Por cobrar comerciales -terceros		Remuneraciones y participaciones por pagar	
Ctas. Por cobrar comerciales -relacionados		Ctas por pagar comerciales-terceros	136,226.00
Ctas por per, acc, soc, dir y ger		Ctas por pagar comerciales-relacionadas	
Ctas. Por cobrar diversas -terceros		Ctas por pagar acc,directores y gerentes	40,000.00
Ctas. Por cobrar diversas -relaciondos		Ctas por pagaar diversas-terceros	
Serv. y otros contratados por anticipado		Ctas por pagar diversas-relacionadas	
Estimación cuentas de cobranza dudosa		Obligaciones Financieras	120,148.00
Mercaderías	300,114.00	Provisiones	
Productos terminados		Pasivo diferido	
Subproductos , desechos y desperdicios		TOTAL PASIVO	310,955.00
Productos en proceso			

Materia prima	
Materiales auxiliar, suministros y repuestos	
Envases y embalajes	30,000.00
Existencias por recibir	
Desvalorización de existencias	
Activos no cotes mantenidos para la venta	
Otros Activos Corrientes	
Inversiones mobiliarias	
Inversiones inmobiliarias	
Activos adq . en arrendamiento financiero	77,415.00
Inmuebles , maquinaria y equipo	297,482.00
Depreciación se 1,2 e IMEI acumulad	-130,282.00
Intangibles	
Activos biológicos	
Depreciación ,activos Biológicos .,amortización y agotamiento acumulada	
Desvalorización de activo inmovilizado	
Activo diferido	
TOTAL ACTIVO NETO	588,977.00

PATRIMONIO

Capital	100,000.00
Acciones de inversión	
Capital adicional positivo	
Capital adicional negativo	
Resultados no realizados	
Excedente de revaluación	
Reservas	
Resultados acumulados positivos	137,473.00
Resultados acumulados negativos	
Utilidad del ejercicio	40,549.00
Pérdida del ejercicio	
TOTAL PATRIMONIO	278,022.00
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	588,977.00

ANEXO 6: Estado de Ganancias y Pérdidas del restaurante El rincón del mar-2018

EI RINCÓN DEL MAR

Estado de Ganancias y Pérdidas

Del 1 al 31 de diciembre del 2018

(Expresado en Soles)

Ventas Netas		617,695.00
(-) Descuentos , rebajas y bonificaciones		-
Ventas netas		617,695.00
(-) Costo de Ventas		-338,122.00
(=) Resultado Bruto	Utilidad	<u>279,573.00</u>
	Pérdida	-
(-) Gastos Operativos		
Gastos de Ventas.		-102,778.00
Gastos de Administración		-130,612.00
(=) Resultado de Operación	Utilidad	<u>46,183.00</u>
	Pérdida	-
(-) Gastos Financieros		-1,037.00
(+) Ingresos Financieros gravados		-
(+) Otros ingresos Gravados		-
(+) Otros ingresos no Gravados		-
(+) Enajenación de valores y bienes del activo fijo		-
(-) Costo enajenación de valores y bienes activo fijo		-
(-) Gastos diversos		-
REI Positivo		-
REI Negativo		-
(=) Resultado Antes de Participación Utilidad		<u>45,146.00</u>
	Pérdida	-
(-) Distribución legal de la renta		-
Resultado antes del impuesto	Utilidad	45,146.00
	Pérdida	-
(-) Impuesto a la Renta		4,597.00
Resultado del ejercicio	Utilidad	<u>40,549.00</u>
	Pérdida	

ANEXO 7: Compras del mes de Enero - 2019

		Kg	Precio	Total
Pescado	29.30%	319.9	S/ 20.00	S/ 6,398.00
Mariscos	14.01%	204	S/ 15.00	S/ 3,060.00
Pollo	1.39%	43.5	S/ 7.00	S/ 304.50
Carne res (cadera)	8.65%	90	S/ 21.00	S/ 1,890.00
Arroz	2.68%	195	S/ 3.00	S/ 585.00
Azúcar	2.70%	295	S/ 2.00	S/ 590.00
Limonos por ciento	5.50%	100	S/ 12.00	S/ 1,200.00
Papa	3.34%	292	S/ 2.50	S/ 730.00
Cebolla	3.25%	355	S/ 2.00	S/ 710.00
Tomates	0.64%	70	S/ 2.00	S/ 140.00
Palta	0.64%	70	S/ 2.00	S/ 140.00
Ajos	1.28%	17.5	S/ 16.00	S/ 280.00
Camotes	3.28%	358	S/ 2.00	S/ 716.00
Yuca	3.38%	369	S/ 2.00	S/ 738.00
Lechuga	1.79%	195	S/ 2.00	S/ 390.00
Aceites	6.30%	275	S/ 5.00	S/ 1,375.00
Leche	1.92%	140	S/ 3.00	S/ 420.00
Maíz morado	3.16%	230	S/ 3.00	S/ 690.00
Maracuyá	2.34%	170	S/ 3.00	S/ 510.00
Cervezas	1.44%	63	S/ 5.00	S/ 315.00
Gaseosas	2.23%	243	S/ 2.00	S/ 486.00
Condimentos Varios (Pimiento, comino, ajino moto)	0.78%			S/ 170.00
	100.00%			S/ 21,837.50

ANEXO 8: Compras del mes de Febrero

		Kg	Precio	Total
Pescado	30.43%	335.3	S/ 20.00	S/ 6,706.00
Mariscos	15.56%	228.6	S/ 15.00	S/ 3,429.00
Pollo	1.72%	54.05	S/ 7.00	S/ 378.35
Carne res (cadera)	7.34%	77	S/ 21.00	S/ 1,617.00
Arroz	2.44%	179	S/ 3.00	S/ 537.00
Azúcar	2.68%	295	S/ 2.00	S/ 590.00
Limonos por ciento	5.44%	100	S/ 12.00	S/ 1,200.00
Papa	3.31%	292	S/ 2.50	S/ 730.00
Cebolla	3.16%	348	S/ 2.00	S/ 696.00
Tomates	0.64%	70	S/ 2.00	S/ 140.00
Palta	0.64%	70	S/ 2.00	S/ 140.00
Ajos	1.13%	15.5	S/ 16.00	S/ 248.00
Camotes	3.25%	358	S/ 2.00	S/ 716.00
Yuca	3.35%	369	S/ 2.00	S/ 738.00
Lechuga	1.70%	187	S/ 2.00	S/ 374.00
Aceites	5.85%	258	S/ 5.00	S/ 1,290.00
Leche	1.88%	138	S/ 3.00	S/ 414.00
Maíz morado	2.93%	215	S/ 3.00	S/ 645.00
Maracuyá	2.18%	160	S/ 3.00	S/ 480.00
Cervezas	1.43%	63	S/ 5.00	S/ 315.00
Gaseosas	2.21%	243	S/ 2.00	S/ 486.00
Condimentos Varios	0.77%			S/ 170.00
(Pimiento, comino, ajino moto)				
	100.00%			S/ 22,039.35

ANEXO 9: Compras del mes de Marzo

		Kg	Precio		Total
Pescado	31.62%	361.7	S/ 20.00	S/	7,234.00
Mariscos	15.07%	229.8	S/ 15.00	S/	3,447.00
Pollo	1.06%	34.55	S/ 7.00	S/	241.85
Carne res (cadera)	8.10%	88.2	S/ 21.00	S/	1,852.20
Arroz	2.56%	195	S/ 3.00	S/	585.00
Azúcar	2.58%	295	S/ 2.00	S/	590.00
Limonos por ciento	5.24%	100	S/ 12.00	S/	1,200.00
Papa	3.19%	292	S/ 2.50	S/	730.00
Cebolla	3.10%	355	S/ 2.00	S/	710.00
Tomates	0.61%	70	S/ 2.00	S/	140.00
Palta	0.61%	70	S/ 2.00	S/	140.00
Ajos	1.05%	15	S/ 16.00	S/	240.00
Camotes	3.13%	358	S/ 2.00	S/	716.00
Yuca	3.23%	369	S/ 2.00	S/	738.00
Lechuga	1.70%	195	S/ 2.00	S/	390.00
Aceites	5.83%	267	S/ 5.00	S/	1,335.00
Leche	1.84%	140	S/ 3.00	S/	420.00
Maíz morado	3.02%	230	S/ 3.00	S/	690.00
Maracuyá	2.23%	170	S/ 3.00	S/	510.00
Cervezas	1.38%	63	S/ 5.00	S/	315.00
Gaseosas	2.12%	243	S/ 2.00	S/	486.00
Condimentos Varios	0.74%			S/	170.00
(Pimiento, comino, ajino moto)					
	100.00%			S/	22,880.05

ANEXO 10: Compras del mes de Abril

		Kg	Precio	Total
Pescado	31.77%	372.8	S/ 20.00	S/ 7,456.00
Mariscos	15.32%	239.7	S/ 15.00	S/ 3,595.50
Pollo	1.37%	45.9	S/ 7.00	S/ 321.30
Carne res (cadera)	8.13%	90.9	S/ 21.00	S/ 1,908.90
Arroz	2.49%	195	S/ 3.00	S/ 585.00
Azúcar	2.51%	295	S/ 2.00	S/ 590.00
Limonos por ciento	5.11%	100	S/ 12.00	S/ 1,200.00
Papa	3.11%	292	S/ 2.50	S/ 730.00
Cebolla	3.03%	355	S/ 2.00	S/ 710.00
Tomates	0.60%	70	S/ 2.00	S/ 140.00
Palta	0.60%	70	S/ 2.00	S/ 140.00
Ajos	1.19%	17.5	S/ 16.00	S/ 280.00
Camotes	3.05%	358	S/ 2.00	S/ 716.00
Yuca	3.14%	369	S/ 2.00	S/ 738.00
Lechuga	1.66%	195	S/ 2.00	S/ 390.00
Aceites	5.86%	275	S/ 5.00	S/ 1,375.00
Leche	1.79%	140	S/ 3.00	S/ 420.00
Maíz morado	2.94%	230	S/ 3.00	S/ 690.00
Maracuyá	2.17%	170	S/ 3.00	S/ 510.00
Cervezas	1.34%	63	S/ 5.00	S/ 315.00
Gaseosas	2.07%	243	S/ 2.00	S/ 486.00
Condimentos Varios	0.72%			S/ 170.00
(Pimiento, comino, ajino moto)				
	100.00%			S/ 23,466.70

ANEXO 11: Compras del mes de Mayo

		Kg	Precio		Total
Pescado	32.35%	380	S/ 20.00	S/	7,600.00
Mariscos	15.33%	240	S/ 15.00	S/	3,600.00
Pollo	1.17%	39.1	S/ 7.00	S/	273.70
Carne res (cadera)	7.67%	85.8	S/ 21.00	S/	1,801.80
Arroz	2.62%	205	S/ 3.00	S/	615.00
Azúcar	2.51%	295	S/ 2.00	S/	590.00
Limonos por ciento	5.11%	100	S/ 12.00	S/	1,200.00
Papa	3.11%	292	S/ 2.50	S/	730.00
Cebolla	3.02%	355	S/ 2.00	S/	710.00
Tomates	0.60%	70	S/ 2.00	S/	140.00
Palta	0.60%	70	S/ 2.00	S/	140.00
Ajos	1.19%	17.5	S/ 16.00	S/	280.00
Camotes	3.05%	358	S/ 2.00	S/	716.00
Yuca	3.14%	369	S/ 2.00	S/	738.00
Lechuga	1.66%	195	S/ 2.00	S/	390.00
Aceites	5.85%	275	S/ 5.00	S/	1,375.00
Leche	1.79%	140	S/ 3.00	S/	420.00
Maíz morado	2.94%	230	S/ 3.00	S/	690.00
Maracuyá	2.17%	170	S/ 3.00	S/	510.00
Cervezas	1.34%	63	S/ 5.00	S/	315.00
Gaseosas	2.07%	243	S/ 2.00	S/	486.00
Condimentos Varios (Pimiento, comino, ajino moto)	0.72%			S/	170.00
	100.00%			S/	23,490.50

ANEXO 12: Compras del mes de Junio

		Kg		Precio		Total
Pescado	31.99%	385.2	S/	20.00	S/	7,704.00
Mariscos	15.12%	242.7	S/	15.00	S/	3,640.50
Pollo	1.37%	47.25	S/	7.00	S/	330.75
Carne res (cadera)	7.60%	87.2	S/	21.00	S/	1,831.20
Arroz	2.55%	205	S/	3.00	S/	615.00
Azúcar	2.45%	295	S/	2.00	S/	590.00
Limonos por ciento	6.48%	130	S/	12.00	S/	1,560.00
Papa	3.03%	292	S/	2.50	S/	730.00
Cebolla	2.95%	355	S/	2.00	S/	710.00
Tomates	0.58%	70	S/	2.00	S/	140.00
Palta	0.58%	70	S/	2.00	S/	140.00
Ajos	1.16%	17.5	S/	16.00	S/	280.00
Camotes	2.97%	358	S/	2.00	S/	716.00
Yuca	3.06%	369	S/	2.00	S/	738.00
Lechuga	1.62%	195	S/	2.00	S/	390.00
Aceites	5.71%	275	S/	5.00	S/	1,375.00
Leche	1.74%	140	S/	3.00	S/	420.00
Maíz morado	2.87%	230	S/	3.00	S/	690.00
Maracuyá	2.12%	170	S/	3.00	S/	510.00
Cervezas	1.31%	63	S/	5.00	S/	315.00
Gaseosas	2.02%	243	S/	2.00	S/	486.00
Condimentos Varios	0.71%				S/	170.00
(Pimiento, comino, ajino moto)						
	100.00%				S/	24,081.45

ANEXO 13: Ventas del mes de Enero

		Precio	Cantidad	Total	Cantidad por plato	Total usado
Leche de Tigre	9.63%	S/ 10.00	501	S/ 5,010.00	0.1	50.1
Cebiche simple	14.43%	S/ 18.00	417	S/ 7,506.00	0.2	83.4
Cebiche mixto	17.76%	S/ 22.00	420	S/ 9,240.00	0.2	84
Chicharrón de pescado	9.84%	S/ 20.00	256	S/ 5,120.00	0.4	102.4
Arroz con mariscos	9.99%	S/ 20.00	260	S/ 5,200.00	0.3	204
Lomo saltado	7.61%	S/ 22.00	180	S/ 3,960.00	0.3	54
Chicharrón de pollo	3.77%	S/ 20.00	98	S/ 1,960.00	0.25	24.5
Milanesa de pollo	3.65%	S/ 20.00	95	S/ 1,900.00	0.2	19
Bistec a lo pobre	6.92%	S/ 20.00	180	S/ 3,600.00	0.2	36
	0.00%					
Chicha Morada	4.77%	S/ 8.00	310	S/ 2,480.00		
Maracuya	4.92%	S/ 8.00	320	S/ 2,560.00		
Cervezas	2.92%	S/ 8.00	190	S/ 1,520.00		
Gaseosas	3.79%	S/ 3.00	657	S/ 1,971.00		
	100.00%			S/ 52,027.00		

ANEXO 14: Ventas del mes de Febrero

		Precio	Cantidad	Total	Cantidad por plato	Total usado
Leche de Tigre	9.41%	S/ 10.00	499	S/ 4,990.00	0.1	49.9
Cebiche simple	15.37%	S/ 18.00	453	S/ 8,154.00	0.2	90.6
Cebiche mixto	20.15%	S/ 22.00	486	S/ 10,692.00	0.2	97.2
Chicharrón de pescado	9.20%	S/ 20.00	244	S/ 4,880.00	0.4	97.6
Arroz con mariscos	10.40%	S/ 20.00	276	S/ 5,520.00	0.3	228.6
Lomo saltado	6.39%	S/ 22.00	154	S/ 3,388.00	0.3	46.2
Chicharrón de pollo	5.47%	S/ 20.00	145	S/ 2,900.00	0.25	36.25
Milanesa de pollo	3.36%	S/ 20.00	89	S/ 1,780.00	0.2	17.8
Bistec a lo pobre	5.81%	S/ 20.00	154	S/ 3,080.00	0.2	30.8
	0.00%					
Chicha Morada	4.36%	S/ 8.00	289	S/ 2,312.00		

Maracuya	4.54%	S/	8.00	301	S/	2,408.00
Cervezas	2.49%	S/	8.00	165	S/	1,320.00
Gaseosas	3.07%	S/	3.00	543	S/	1,629.00
						S/ 53,053.00

ANEXO 15: Ventas del mes de Marzo

		Precio	Cantidad	Total		Cantidad por plato	Total usado
Leche de Tigre	9.27%	S/ 10.00	505	S/ 5,050.00		0.1	50.5
Cebiche simple	15.96%	S/ 18.00	483	S/ 8,694.00		0.2	96.6
Cebiche mixto	20.15%	S/ 22.00	499	S/ 10,978.00		0.2	99.8
Chicharrón de pescado	10.54%	S/ 20.00	287	S/ 5,740.00		0.4	114.8
Arroz con mariscos	9.80%	S/ 20.00	267	S/ 5,340.00		0.3	229.8
Lomo saltado	7.75%	S/ 22.00	192	S/ 4,224.00		0.3	57.6
Chicharrón de pollo	2.02%	S/ 20.00	55	S/ 1,100.00		0.25	13.75
Milanesa de pollo	3.82%	S/ 20.00	104	S/ 2,080.00		0.2	20.8
Bistec a lo pobre	5.62%	S/ 20.00	153	S/ 3,060.00		0.2	30.6
	0.00%						
Chicha Morada	4.24%	S/ 8.00	289	S/ 2,312.00			
Maracuya	4.48%	S/ 8.00	305	S/ 2,440.00			
Cervezas	2.75%	S/ 8.00	187	S/ 1,496.00			
Gaseosas	3.61%	S/ 3.00	655	S/ 1,965.00			
							S/ 54,479.00

ANEXO 16: Ventas del mes de Abril

		Precio	Cantidad	Total		Cantidad por plato	Total usado
Leche de Tigre	9.17%	S/ 10.00	510	S/ 5,100.00		0.1	51
Cebiche simple	16.02%	S/ 18.00	495	S/ 8,910.00		0.2	99
Cebiche mixto	20.18%	S/ 22.00	510	S/ 11,220.00		0.2	102
Chicharrón de pescado	10.86%	S/ 20.00	302	S/ 6,040.00		0.4	120.8
Arroz con mariscos	10.39%	S/ 20.00	289	S/ 5,780.00		0.3	239.7
Lomo saltado	7.00%	S/ 22.00	177	S/ 3,894.00		0.3	53.1

Chicharrón de pollo	3.67%	S/ 20.00	102	S/ 2,040.00	0.25	25.5
Milanesa de pollo	3.67%	S/ 20.00	102	S/ 2,040.00	0.2	20.4
Bistec a lo pobre	6.80%	S/ 20.00	189	S/ 3,780.00	0.2	37.8
	0.00%					
Chicha Morada	3.68%	S/ 8.00	256	S/ 2,048.00		
Maracuya	4.00%	S/ 8.00	278	S/ 2,224.00		
Cervezas	2.23%	S/ 8.00	155	S/ 1,240.00		
Gaseosas	2.33%	S/ 3.00	432	S/ 1,296.00		
	100.00%			S/ 55,612.00		

ANEXO 17: Ventas del mes de Mayo

		Precio	Cantidad	Total	Cantidad por plato	Total usado
Leche de Tigre	9.25%	S/ 10.00	520	S/ 5,200.00	0.1	52
Cebiche simple	16.04%	S/ 18.00	501	S/ 9,018.00	0.2	100.2
Cebiche mixto	19.60%	S/ 22.00	501	S/ 11,022.00	0.2	100.2
Chicharrón de pescado	11.35%	S/ 20.00	319	S/ 6,380.00	0.4	127.6
Arroz con mariscos	10.64%	S/ 20.00	299	S/ 5,980.00	0.3	240
Lomo saltado	7.12%	S/ 22.00	182	S/ 4,004.00	0.3	54.6
Chicharrón de pollo	3.91%	S/ 20.00	110	S/ 2,200.00	0.25	27.5
Milanesa de pollo	2.06%	S/ 20.00	58	S/ 1,160.00	0.2	11.6
Bistec a lo pobre	5.55%	S/ 20.00	156	S/ 3,120.00	0.2	31.2
	0.00%					
Chicha Morada	4.25%	S/ 8.00	299	S/ 2,392.00		
Maracuya	4.64%	S/ 8.00	326	S/ 2,608.00		
Cervezas	2.38%	S/ 8.00	167	S/ 1,336.00		
Gaseosas	3.21%	S/ 3.00	601	S/ 1,803.00		
	100.00%			S/ 56,223.00		

ANEXO 18: Ventas del mes de Junio

		Precio	Cantidad	Total	Cantidad por plato	Total usado
Leche de Tigre	9.16%	S/ 10.00	524	S/ 5,240.00	0.1	52.4

Cebiche simple	16.11%	S/	18.00	512	S/	9,216.00	0.2	102.4
Cebiche mixto	19.53%	S/	22.00	508	S/	11,176.00	0.2	101.6
Chicharrón de pescado	11.26%	S/	20.00	322	S/	6,440.00	0.4	128.8
Arroz con mariscos	10.52%	S/	20.00	301	S/	6,020.00	0.3	242.7
Lomo saltado	7.31%	S/	22.00	190	S/	4,180.00	0.3	57
Chicharrón de pollo	3.95%	S/	20.00	113	S/	2,260.00	0.25	28.25
Milanesa de pollo	3.32%	S/	20.00	95	S/	1,900.00	0.2	19
Bistec a lo pobre	5.28%	S/	20.00	151	S/	3,020.00	0.2	30.2
	0.00%							
Chicha Morada	3.97%	S/	8.00	284	S/	2,272.00		
Maracuya	4.46%	S/	8.00	319	S/	2,552.00		
Cervezas	2.00%	S/	8.00	143	S/	1,144.00		
Gaseosas	3.14%	S/	3.00	599	S/	1,797.00		
	100.00%				S/	57,217.00		

ANEXO 19: Planilla de trabajadores -Datos de ingresos, tributos y aportes del restaurante el Rincón del mar -2019

Ruc: 10179180834

Nombre: El rincón del mar

Periodo: Enero del 2019

Planilla electrónica - PLAME

Nº	Documento de Identidad	Datos del Trabajador				Información Declarada						
		Apellido Pat	Apellido Mat	Nombres	Sit.	Ingresos		Descuentos	Tributos y aportes del trabajador	Neto a Pagar	Tributos y aportes del Empleador	Provisiones
						Ingreso	Pagado					
1	17684722	Castillo	Muñoz	Manuela Sacramento	Activo o subsidiado	930.00	930.00	0.00	120.90	809.10	95.14	38.75
2	17915569	Catillo	Muñoz	Rosa Emperatriz	Activo o subsidiado	930.00	930.00	0.00	119.98	810.02	95.14	38.75
3	18141713	Cortijo	Castillo	Rosa Maribel	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	133.40	889.60	104.65	42.63
4	18152841	Cortijo	Cruz	Santos Fronilda	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	122.96	900.04	104.55	42.63
5	18169565	Ceopa	Amacifuen	Rosa	Activo o subsidiado	930.00	930.00	0.00	120.44	809.56	95.14	38.75
6	18184505	Lozano	Julca	Jakelin	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	132.99	890.01	104.65	42.63
7	42875657	Osorio	Ramos	Wilmer Alonso	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	132.99	890.01	104.55	42.63
8	42869839	Tirado	Carrera	Anabela Ivonne	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	131.97	891.03	104.55	42.63
9	46598056	Cruz	Saavedra	Danna Reghyna	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	132.99	890.01	104.55	42.63
10	46775948	Chavez	Sanchez	Edwin Gustavo	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	132.99	890.01	104.55	42.63
11	46841650	Marquina	Sanchez	Jessus Willar	Activo o subsidiado	930.00	930.00	0.00	120.90	809.10	95.14	38.75
12	71555392	Ruiz	Pajrazaman	Cristian Eduardo	Activo o subsidiado	930.00	930.00	0.00	120.90	809.10	95.14	38.75
13	80594745	Chaupe	Coronado	Isael Cruz	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	132.99	890.01	104.55	42.63
14	80638874	Castro	Sanchez	Jhonny Wilson	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	132.99	890.01	92.7	42.63
15	1963910	Catillo		Orangel Porfirio	Activo o subsidiado	930.00	930.00	0.00	120.90	809.10	95.14	38.75
						14,787.00	14,787.00	0.00	1,910.29	12,876.71	1,500.14	616.13

ANEXO 20: Planilla de trabajadores -Datos de ingresos, tributos y aportes del restaurante el Rincón del mar -2019

Ruc: 10179180834

Nombre: El rincón del mar

Periodo: Febrero del 2019

Planilla electrónica - PLAME

Nº	Datos del Trabajador				Información Declarada							
	Documento de Identidad	Apellido Pat	Apellido Mat	Nombres	Sit.	Ingresos		Descuentos	Tributos y aportes del trabajador	Neto a Pagar	Tributos y aportes del Empleador	Provisiones
						Ingreso	Pagado					
1	17684722	Castillo	Muñoz	Manuela Sacramento	Activo o subsidiado	930.00	930.00	0.00	120.90	809.10	95.14	38.75
2	17915569	Catillo	Muñoz	Rosa Emperatriz	Activo o subsidiado	930.00	930.00	0.00	119.98	810.02	95.14	38.75
3	18141713	Cortijo	Castillo	Rosa Maribel	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	133.40	889.60	104.65	42.63
4	18152841	Cortijo	Cruz	Santos Fronilda	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	122.96	900.04	104.55	42.63
5	18169565	Ceopa	Amacifuen	Rosa	Activo o subsidiado	930.00	930.00	0.00	120.44	809.56	95.14	38.75
6	18184505	Lozano	Julca	Jakelin	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	132.99	890.01	104.65	42.63
7	42875657	Osorio	Ramos	Wilmer Alonso	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	132.99	890.01	104.55	42.63
8	42869839	Tirado	Carrera	Anabela Ivonne	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	131.97	891.03	104.55	42.63
9	46598056	Cruz	Saavedra	Danna Reghyna	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	132.99	890.01	104.55	42.63
10	46775948	Chavez	Sanchez	Edwin Gustavo	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	132.99	890.01	104.55	42.63
11	46841650	Marquina	Sanchez	Jessus Willar	Activo o subsidiado	930.00	930.00	0.00	120.90	809.10	95.14	38.75
12	71555392	Ruiz	Pajrazaman	Cristian Eduardo	Activo o subsidiado	930.00	930.00	0.00	120.90	809.10	95.14	38.75
13	80594745	Chaupe	Coronado	Isael Cruz	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	132.99	890.01	104.55	42.63
14	80638874	Castro	Sanchez	Jhonny Wilson	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	132.99	890.01	92.7	42.63
15	1963910	Catillo		Orangel Porfirio	Activo o subsidiado	930.00	930.00	0.00	120.90	809.10	95.14	38.75
						14,787.00	14,787.00	0.00	1,910.29	12,876.71	1,500.14	616.13

ANEXO 21: Planilla de trabajadores -Datos de ingresos, tributos y aportes del restaurante el Rincón del mar -2019

Ruc: 10179180834

Nombre: El rincón del mar

Periodo: Marzo del 2019

Planilla electrónica - PLAME

Nº	Datos del Trabajador					Información Declarada						
	Documento de Identidad	Apellido Pat	Apellido Mat	Nombres	Sit.	Ingresos		Descuentos	Tributos y aportes del trabajador	Neto a Pagar	Tributos y aportes del Empleador	Provisiones
						Ingreso	Pagado					
1	17684722	Castillo	Muñoz	Manuela Sacramento	Activo o subsidiado	930.00	930.00	0.00	120.90	809.10	95.14	38.75
2	17915569	Catillo	Muñoz	Rosa Emperatriz	Activo o subsidiado	930.00	930.00	0.00	119.98	810.02	95.14	38.75
3	18141713	Cortijo	Castillo	Rosa Maribel	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	133.40	889.60	104.65	42.63
4	18152841	Cortijo	Cruz	Santos Fronilda	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	122.96	900.04	104.55	42.63
5	18169565	Ceopa	Amacifuen	Rosa	Activo o subsidiado	930.00	930.00	0.00	120.44	809.56	95.14	38.75
6	18184505	Lozano	Julca	Jakelin	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	132.99	890.01	104.65	42.63
7	42875657	Osorio	Ramos	Wilmer Alonso	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	132.99	890.01	104.55	42.63
8	42869839	Tirado	Carrera	Anabela Ivonne	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	131.97	891.03	104.55	42.63
9	46598056	Cruz	Saavedra	Danna Reghyna	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	132.99	890.01	104.55	42.63
10	46775948	Chavez	Sanchez	Edwin Gustavo	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	132.99	890.01	104.55	42.63
11	46841650	Marquina	Sanchez	Jessus Willar	Activo o subsidiado	930.00	930.00	0.00	120.90	809.10	95.14	38.75
12	71555392	Ruiz	Pajrazaman	Cristian Eduardo	Activo o subsidiado	930.00	930.00	0.00	120.90	809.10	95.14	38.75
13	80594745	Chaupe	Coronado	Isael Cruz	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	132.99	890.01	104.55	42.63
14	80638874	Castro	Sanchez	Jhonny Wilson	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	132.99	890.01	92.7	42.63
15	1963910	Catillo		Orangel Porfirio	Activo o subsidiado	930.00	930.00	0.00	120.90	809.10	95.14	38.75
						14,787.00	14,787.00	0.00	1,910.29	12,876.71	1,500.14	616.13

ANEXO 22: Planilla de trabajadores -Datos de ingresos, tributos y aportes del restaurante el Rincón del mar -2019

Ruc: 10179180834

Nombre: El rincón del mar

Periodo: Abril del 2019

Planilla electrónica - PLAME

Nº	Datos del Trabajador					Información Declarada						
	Documento de Identidad	Apellido Pat	Apellido Mat	Nombres	Sit.	Ingresos		Descuentos	Tributos y aportes del trabajador	Neto a Pagar	Tributos y aportes del Empleador	Provisiones
						Ingreso	Pagado					
1	17684722	Castillo	Muñoz	Manuela Sacramento	Activo o subsidiado	930.00	930.00	0.00	120.90	809.10	95.14	38.75
2	17915569	Catillo	Muñoz	Rosa Emperatriz	Activo o subsidiado	930.00	930.00	0.00	119.98	810.02	95.14	38.75
3	18141713	Cortijo	Castillo	Rosa Maribel	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	133.40	889.60	104.65	42.63
4	18152841	Cortijo	Cruz	Santos Fronilda	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	122.96	900.04	104.55	42.63
5	18169565	Ceopa	Amacifuen	Rosa	Activo o subsidiado	930.00	930.00	0.00	120.44	809.56	95.14	38.75
6	18184505	Lozano	Julca	Jakelin	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	132.99	890.01	104.65	42.63
7	42875657	Osorio	Ramos	Wilmer Alonso	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	132.99	890.01	104.55	42.63
8	42869839	Tirado	Carrera	Anabela Ivonne	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	131.97	891.03	104.55	42.63
9	46598056	Cruz	Saavedra	Danna Reghyna	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	132.99	890.01	104.55	42.63
10	46775948	Chavez	Sanchez	Edwin Gustavo	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	132.99	890.01	104.55	42.63
11	46841650	Marquina	Sanchez	Jessus Willar	Activo o subsidiado	930.00	930.00	0.00	120.90	809.10	95.14	38.75
12	71555392	Ruiz	Pajrazaman	Cristian Eduardo	Activo o subsidiado	930.00	930.00	0.00	120.90	809.10	95.14	38.75
13	80594745	Chaupe	Coronado	Isael Cruz	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	132.99	890.01	104.55	42.63
14	80638874	Castro	Sanchez	Jhonny Wilson	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	132.99	890.01	92.7	42.63
15	1963910	Catillo		Orangel Porfirio	Activo o subsidiado	930.00	930.00	0.00	120.90	809.10	95.14	38.75
						14,787.00	14,787.00	0.00	1,910.29	12,876.71	1,500.14	616.13

ANEXO 23: Planilla de trabajadores -Datos de ingresos, tributos y aportes del restaurante el Rincón del mar -2019

Ruc: 10179180834

Nombre: El rincón del mar

Periodo: Mayo del 2019

Planilla electrónica - PLAME

Nº	Documento de Identidad	Datos del Trabajador				Información Declarada						
		Apellido Pat	Apellido Mat	Nombres	Sit.	Ingresos		Descuentos	Tributos y aportes del trabajador	Neto a Pagar	Tributos y aportes del Empleador	Provisiones
						Ingreso	Pagado					
1	17684722	Castillo	Muñoz	Manuela Sacramento	Activo o subsidiado	930.00	930.00	0.00	120.90	809.10	95.14	38.75
2	17915569	Catillo	Muñoz	Rosa Emperatriz	Activo o subsidiado	930.00	930.00	0.00	119.98	810.02	95.14	38.75
3	18141713	Cortijo	Castillo	Rosa Maribel	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	133.40	889.60	104.65	42.63
4	18152841	Cortijo	Cruz	Santos Fronilda	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	122.96	900.04	104.55	42.63
5	18169565	Ceopa	Amacifuen	Rosa	Activo o subsidiado	930.00	930.00	0.00	120.44	809.56	95.14	38.75
6	18184505	Lozano	Julca	Jakelin	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	132.99	890.01	104.65	42.63
7	42875657	Osorio	Ramos	Wilmer Alonso	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	132.99	890.01	104.55	42.63
8	42869839	Tirado	Carrera	Anabela Ivonne	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	131.97	891.03	104.55	42.63
9	46598056	Cruz	Saavedra	Danna Reghyna	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	132.99	890.01	104.55	42.63
10	46775948	Chavez	Sanchez	Edwin Gustavo	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	132.99	890.01	104.55	42.63
11	46841650	Marquina	Sanchez	Jessus Willar	Activo o subsidiado	930.00	930.00	0.00	120.90	809.10	95.14	38.75
12	71555392	Ruiz	Pajrazaman	Cristian Eduardo	Activo o subsidiado	930.00	930.00	0.00	120.90	809.10	95.14	38.75
13	80594745	Chaupe	Coronado	Isael Cruz	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	132.99	890.01	104.55	42.63
14	80638874	Castro	Sanchez	Jhonny Wilson	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	132.99	890.01	92.7	42.63
15	1963910	Catillo		Orangel Porfirio	Activo o subsidiado	930.00	930.00	0.00	120.90	809.10	95.14	38.75
						14,787.00	14,787.00	0.00	1,910.29	12,876.71	1,500.14	616.13

ANEXO 24: Planilla de trabajadores -Datos de ingresos, tributos y aportes del restaurante el Rincón del mar -2019

Ruc: 10179180834

Nombre: El rincón del mar

Periodo: Junio del 2019

Planilla electrónica - PLAME

Nº	Datos del Trabajador				Información Declarada							
	Documento de Identidad	Apellido Pat	Apellido Mat	Nombres	Sit.	Ingresos		Descuentos	Tributos y aportes del trabajador	Neto a Pagar	Tributos y aportes del Empleador	Provisiones
						Ingreso	Pagado					
1	17684722	Castillo	Muñoz	Manuela Sacramento	Activo o subsidiado	930.00	930.00	0.00	120.90	809.10	95.14	38.75
2	17915569	Catillo	Muñoz	Rosa Emperatriz	Activo o subsidiado	930.00	930.00	0.00	119.98	810.02	95.14	38.75
3	18141713	Cortijo	Castillo	Rosa Maribel	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	133.40	889.60	104.65	42.63
4	18152841	Cortijo	Cruz	Santos Fronilda	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	122.96	900.04	104.55	42.63
5	18169565	Ceopa	Amacifuen	Rosa	Activo o subsidiado	930.00	930.00	0.00	120.44	809.56	95.14	38.75
6	18184505	Lozano	Julca	Jakelin	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	132.99	890.01	104.65	42.63
7	42875657	Osorio	Ramos	Wilmer Alonso	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	132.99	890.01	104.55	42.63
8	42869839	Tirado	Carrera	Anabela Ivonne	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	131.97	891.03	104.55	42.63
9	46598056	Cruz	Saavedra	Danna Reghyna	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	132.99	890.01	104.55	42.63
10	46775948	Chavez	Sanchez	Edwin Gustavo	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	132.99	890.01	104.55	42.63
11	46841650	Marquina	Sanchez	Jesus Willar	Activo o subsidiado	930.00	930.00	0.00	120.90	809.10	95.14	38.75
12	71555392	Ruiz	Pajrazaman	Cristian Eduardo	Activo o subsidiado	930.00	930.00	0.00	120.90	809.10	95.14	38.75
13	80594745	Chaupe	Coronado	Isael Cruz	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	132.99	890.01	104.55	42.63
14	80638874	Castro	Sanchez	Jhonny Wilson	Activo o subsidiado	1,023.00	1,023.00	0.00	132.99	890.01	92.7	42.63
15	1963910	Catillo		Orangel Porfirio	Activo o subsidiado	930.00	930.00	0.00	120.90	809.10	95.14	38.75
						14,787.00	14,787.00	0.00	1,910.29	12,876.71	1,500.14	616.13

ANEXO 25: Encuesta realizada a personas.

ENCUESTA

La siguiente encuesta está dirigida a los clientes, ha sido elaborada con el objetivo de determinar la fijación de precios en base a la competencia, comparando los precios de negocios similares que se encuentra funcionando en zonas circundantes al restaurante el rincón del mar -2019.

Indicaciones: Marque con un aspa (x) la respuesta que considere correcta.

1. ¿Estuvo conforme con el servicio brindado?

 SI NO

2. ¿Le pareció buena la comida del local?

 SI NO

ANEXO 26: Encuesta realizada a personas.

ENCUESTA

La siguiente encuesta ha sido elaborada con el objetivo de determinar la fijación de precios en base a la competencia, comparando los precios de negocios similares que se encuentran funcionando en zonas circundantes al restaurante el rincón del mar -2019.

Indicaciones: Marque con un aspa (x) la respuesta que considere correcta.

1. Cuanto pagaría Usted por un cebiche?

<input type="checkbox"/> 15	<input type="checkbox"/> 20	<input type="checkbox"/> 25
-----------------------------	-----------------------------	-----------------------------

2. Cuanto pagaría Usted por un arroz con mariscos?

<input type="checkbox"/> 15	<input type="checkbox"/> 20	<input type="checkbox"/> 25
-----------------------------	-----------------------------	-----------------------------

3. Cuanto pagaría Usted por un chicharrón de pescado?

<input type="checkbox"/> 15	<input type="checkbox"/> 20	<input type="checkbox"/> 25
-----------------------------	-----------------------------	-----------------------------

ANEXO 27: Matriz de validación

MATRIZ DE VALIDACIÓN

**TITULO: Teoría De Costos De Servicios Y Su Efecto En la Fijación De Precios Para La Operación De Un Restaurante: Caso Mype
Restaurante El Rincón del Mar Trujillo – Año 2019.**

VARIABLE	INDICADORES	ITEMS	REDACCION CLARA		RELACIÓN ENTRE VARIABLE - INDICADOR		RELACIÓN ENTRE INDICADOR - ITEMS		OBSERVACIÓN
			SI	NO	SI	NO	SI	NO	
TEORÍA DE COSTOS DE SERVICIO	Costeo Variable= Materia Prima + Mano de obra +Costos Indirectos de Fabricación	1. ¿Tiene conocimiento de la Teoría de Costos? Explique.	✓		✓		✓		
		2. ¿En su negocio usted aplica algún tipo de sistema de costeo? Explique.	✓		✓		✓		
	% Ocupabilidad	3. ¿Cuál es su capacidad de atención?	✓		✓		✓		
	Punto de Equilibrio	4. ¿Sabe usted cuanto debe vender para cubrir sus costos? Explique.	✓		✓		✓		
	% Margen de Contribución	5. ¿Sabe qué porcentaje de venta contribuye a cubrir los costos fijos? Explique.	✓		✓		✓		
	Costo Fijo Total + Costo Variable Total	6. ¿Cómo determina sus costos fijos totales y sus costos fijos variables totales?	✓		✓		✓		

OBSERVACIÓN:.....

NOMBRES Y APELLIDOS DEL EVALUADOR: Alfredo Morillo Alva

GRADO ACADÉMICO: Doctor en Administración

FECHA DE REVISIÓN: 04 Julio 2019

FIRMA: [Firma]

ANEXO 28: Matriz de validación

MATRIZ DE VALIDACIÓN

**TITULO: Teoría De Costos De Servicios Y Su Efecto En la Fijación De Precios Para La Operación De Un Restaurante: Caso Mype
Restaurante El Rincón del Mar Trujillo – Año 2019.**

VARIABLE	INDICADORES	ITEMS	REDACCION CLARA		RELACIÓN ENTRE VARIABLE - INDICADOR		RELACIÓN ENTRE INDICADOR - ITEMS		OBSERVACIÓN
			SI	NO	SI	NO	SI	NO	
TEORÍA DE COSTOS DE SERVICIO	Costeo Variable= Materia Prima + Mano de obra + Costos Indirectos de Fabricación	1. ¿Tiene conocimiento de la Teoría de Costos? Explique. 2. ¿En su negocio usted aplica algún tipo de sistema de costeo? Explique.	✓✓		✓✓		✓✓		
	% Ocupabilidad	3. ¿Cuál es su capacidad de atención?	✓		✓		✓		
	Punto de Equilibrio	4. ¿Sabe usted cuanto debe vender para cubrir sus costos? Explique.	✓		✓		✓		
	% Margen de Contribución	5. ¿Sabe qué porcentaje de venta contribuye a cubrir los costos fijos? Explique.	✓		✓		✓		
	Costo Fijo Total + Costo Variable Total	6. ¿Cómo determina sus costos fijos totales y sus costos fijos variables totales?	✓		✓		✓		

OBSERVACIÓN:.....
.....

NOMBRES Y APELLIDOS DEL EVALUADOR: Clara E. Ugaz Barrantes...

GRADO ACADÉMICO: Doctora.....

FECHA DE REVISION: 05/04/19.....

FIRMA: Elizabet Ugaz B......

ANEXO 29: Matriz de validación

MATRIZ DE VALIDACIÓN

**TÍTULO: Teoría De Costos De Servicios Y Su Efecto En la Fijación De Precios Para La Operación De Un Restaurante: Caso Mype
Restaurante El Rincón del Mar Trujillo – Año 2019.**

VARIABLE	INDICADORES	ITEMS	REDACCION CLARA		RELACIÓN ENTRE VARIABLE - INDICADOR		RELACIÓN ENTRE INDICADOR - ITEMS		OBSERVACIÓN
			SI	NO	SI	NO	SI	NO	
TEORÍA DE COSTOS DE SERVICIO	Costeo Variable= Materia Prima + Mano de obra + Costos Indirectos de Fabricación	1. ¿Tiene conocimiento de la Teoría de Costos? Explique.	✓		✓		✓		
		2. ¿En su negocio usted aplica algún tipo de sistema de costeo? Explique.	✓		✓		✓		
	% Ocupabilidad	3. ¿Cuál es su capacidad de atención?	✓		✓		✓		
	Punto de Equilibrio	4. ¿Sabe usted cuanto debe vender para cubrir sus costos? Explique.	✓		✓		✓		
	% Margen de Contribución	5. ¿Sabe qué porcentaje de venta contribuye a cubrir los costos fijos? Explique.	✓		✓		✓		
	Costo Fijo Total + Costo Variable Total	6. ¿Cómo determina sus costos fijos totales y sus costos fijos variables totales?	✓		✓		✓		

OBSERVACIÓN: DECLARAR Y/O MEJORAR LAS PREGUNTAS 3, 4 Y 5

NOMBRES Y APELLIDOS DEL EVALUADOR: ANDRES HUMBERTO FARRERA ARANA GRADO ACADÉMICO: MAESTRIA

FECHA DE REVISION: 05.06.2019 FIRMA: [Firma]

ANEXO 30: Matriz de validación

MATRIZ DE VALIDACIÓN

TÍTULO: Teoría De Costos De Servicios Y Su Efecto En la Fijación De Precios Para La Operación De Un Restaurante: Caso Mype
 Restaurante El Rincón del Mar Trujillo – Año 2019.

VARIABLE	INDICADORES	ITEMS	REDACCION CLARA		RELACIÓN ENTRE VARIABLE - INDICADOR		RELACIÓN ENTRE INDICADOR - ITEMS		OBSERVACIÓN
			SI	NO	SI	NO	SI	NO	
FIJACIÓN DE PRECIOS	Basados en los costes	1. ¿Tiene conocimiento de cómo fijar precios?. Explique	✓		✓		✓		
		2. ¿Cómo determina el precio de sus platos?	✓		✓		✓		
	Basados en la Competencia.	3. ¿Cuántos negocios similares existen en la zona?	✓		✓		✓		Omitir "sus"
		4. ¿Conoce los precios que ofrece su competencia con respecto a sus productos similares?		✓	✓		✓		
	Basados en la demanda	5. ¿Cuál es el nivel de ventas deseado para su negocio?	✓		✓		✓		
		6. ¿Cómo cree que aumentaría el nivel de ventas y que estrategia emplearía?	✓		✓		✓		

OBSERVACIÓN:

NOMBRES Y APELLIDOS DEL EVALUADOR: Wilfredo Baonegra Menno

GRADO ACADÉMICO: Magister

FECHA DE REVISIÓN: 05/06/2019

FIRMA: W Baonegra

ANEXO 31: Matriz de validación

MATRIZ DE VALIDACIÓN

**TITULO: Teoría De Costos De Servicios Y Su Efecto En la Fijación De Precios Para La Operación De Un Restaurante: Caso Mype
Restaurante El Rincón del Mar Trujillo – Año 2019.**

VARIABLE	INDICADORES	ITEMS	REDACCION CLARA		RELACIÓN ENTRE VARIABLE - INDICADOR		RELACIÓN ENTRE INDICADOR - ITEMS		OBSERVACIÓN
			SI	NO	SI	NO	SI	NO	
FIJACIÓN DE PRECIOS	Basados en los costes	1. ¿Tiene conocimiento de cómo fijar precios?. Explique	✓		✓		✓		
		2. ¿Cómo determina el precio de sus platos?	✓		✓		✓		
	Basados en la Competencia.	3. ¿Cuántos negocios similares existen en la zona?	✓		✓		✓		
		4. ¿Conoce los precios que ofrece su competencia con respecto a sus productos similares?	✓		✓		✓		
	Basados en la demanda	5. ¿Cuál es el nivel de ventas deseado para su negocio?	✓		✓		✓		
		6. ¿Cómo cree que aumentaría el nivel de ventas y que estrategia emplearía?	✓		✓		✓		

OBSERVACIÓN:

NOMBRES Y APELLIDOS DEL EVALUADOR: *ALFREDO MORILLO ALVA*

GRADO ACADÉMICO: *DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN*

FECHA DE REVISIÓN: *04 JUNIO 2019*

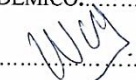
FIRMA: *[Firma manuscrita]*

ANEXO 32: Matriz de validación

MATRIZ DE VALIDACIÓN

**TÍTULO: Teoría De Costos De Servicios Y Su Efecto En la Fijación De Precios Para La Operación De Un Restaurante: Caso Mype
Restaurante El Rincón del Mar Trujillo – Año 2019.**

VARIABLE	INDICADORES	ITEMS	REDACCION CLARA		RELACIÓN ENTRE VARIABLE - INDICADOR		RELACIÓN ENTRE INDICADOR - ITEMS		OBSERVACIÓN
			SI	NO	SI	NO	SI	NO	
FIJACIÓN DE PRECIOS	Basados en los costes	1. ¿Tiene conocimiento de cómo fijar precios?. Explique	X		X		X		
		2. ¿Cómo determina el precio de sus platos?	X		X		X		
	Basados en la Competencia.	3. ¿Cuántos negocios similares existen en la zona?							
		4. ¿Conoce los precios que ofrece su competencia con respecto a sus productos similares?	X		X		X		
	Basados en la demanda	5. ¿Cuál es el nivel de ventas deseado para su negocio?							
		6. ¿Cómo cree que aumentaría el nivel de ventas y que estrategia emplearía?							

OBSERVACIÓN: 3) ALCORDE AL # DE NEGOCIOS SIMILARES EN LA ZONA LO EVALUO Fijar Precios / 6)
 4 (SIMILAR) ESPECIFICAR EN LA ZONA / 5) EN IDENTIDAD PLATOS O PRECIO / 6) COMPLEMENTAR QUE
 ES PARA UNA ESTRATEGIA DE FIDELIDAD DE CLIENTES E EJEMPLO EN ADICIÓN PRECIO POR PORCIÓN CADA
 NOMBRES Y APELLIDOS DEL EVALUADOR: UNAIPO LOBACLEO FLORES GRADO ACADÉMICO: P-1061879
 FECHA DE REVISIÓN: 5/10/19 FIRMA: 

ANEXO 33: GUÍA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL 2019

Variable:

Teoría de costos e Servicios

Indicador:

Ocupabilidad

Costo variable el mes:

N ° de mesas:

Mesas																	
Concepto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	Total	Documentos
N° de Comandas por mesa																	Cuadro de la variable de costo de servicio y el indicador de costo fijo y variable
% de Comandas por mesa																	Registro de comandas del mes
Costo variable unitario por mesa																	

ANEXO 34: GUÍA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL 2019

Variable	Indicador	Detalle	Documentos	Monto	%
FIJACIÓN DE PRECIO	Costos Variables	Insumos	Registro de Compras diarias según cuaderno de Compras		
		Alquileres	Recibo de alquiler emitido por el propietario del local		
		Planillas	Planilla elaborada por el contador		
	Costos Fijos	Servicio de agua	Según recibo de agua emitido		
		Servicio de luz	Según recibo de luz emitido		
		Servicio de teléfono	Según recibo de teléfono emitido		
		Cable	Según recibo de Cable emitido		
		Internet	Según recibo de Internet emitido		
		Pago Contador	Según recibo emitido por el contador		
			Costo del Servicio		
		Utilidad 30%			
		Precio de Venta			