



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACION
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL
"PROTOTIPO PARA LA OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS Y MEJORAR LA
RENTABILIDAD DE LOS RESTAURANTES DE LA CIUDAD DE PUCALLPA"**

PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO

**PRESENTADO POR:
JUAN ALBERTO LOZANO ISLA**

**ASESOR
Dr. JOSÉ VERDE VENTURA**

PUCALLPA, DICIEMBRE 2021

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres y hermanos que son la razón de perseguir este sueño, esfuerzo y sacrificio de ser un profesional de calidad; Con honestidad, con respeto, lealtad y solidaridad hacia los demás.

AGRADECIMIENTOS

A mis hermanos Flavio y Marco Antonio por su apoyo en cada uno de mis objetivos y en el desarrollo de este trabajo y su corrección sugerencias en la elaboración de este trabajo.

INTRODUCCIÓN

La mayor parte de las pequeñas empresas del sector gastronómico de Pucallpa tienen fallas en el cálculo y control de sus costos, lo que genera información faltante y les impide alcanzar sus objetivos propuestos. El trabajo actual es lo suficientemente profesional “Prototipo para la optimización de recursos y mejorar la rentabilidad de los restaurantes de la ciudad de Pucallpa” realizado con las referencias de los platos que ofrecen en su cartas los diversos restaurantes, se pretende manifestar que con el prototipo de este sistema de costos, se podrá optimizar y mejorar el uso de los recursos utilizados en la elaboración de los platos y administración de la empresa, con el fin de lograr un equilibrio para el control de la rentabilidad y toma de decisiones.

El trabajo de investigación está partido en cuatro capítulos:

En el primer capítulo se presenta el problema de investigación, objetivos, justificaciones, importancia, alcances y limitaciones.

En el segundo capítulo se aborda un marco conceptual que incluye conocimiento del contexto, base teórica científica y definición para comprender las preocupaciones del control de costos y la parte gastronómica que conlleva el emplatado como la toma de decisiones.

En el Capítulo Tres, se desarrolla el método de investigación que nos permitirá organizar coherentemente nuestras ideas, definiendo así el tipo, método, diseño del estudio, identificación de la población, muestreo, técnicas y herramientas de datos.

En el cuarto capítulo, se muestra el desarrollo del prototipo de aplicativo y los pasos para su uso.

ÍNDICE

CARATULA.....	1
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTOS	iii
INTRODUCCIÓN.....	iv
ÍNDICE	vi
ÍNDICE DE TABLAS	viii
RESUMEN.....	ix
CAPÍTULO I.....	10
PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO	10
1.1. JUSTIFICACIÓN DEL PLANTEAMIENTO DE LA MONOGRAFÍA	10
1.2. OBJETIVOS	12
1.3. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DEL ESTUDIO	12
1.4. ALCANCE Y LIMITACIONES.....	13
CAPÍTULO II	15
MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	15
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	15
2.2. BASES TEÓRICOS-CIENTÍFICAS.....	23
2.2.1. LA GASTRONOMÍA	23
2.2.1.1. EL ARTE DE EMPLATAR	25
2.2.1.2. EL EMPLATADO	27
2.2.1.3. MENÚ.....	29
2.3. COSTOS GENERALES	30
2.1.2 MÉTODOS DE COSTEO.....	34

2.3. SISTEMAS DE INFORMACIÓN	40
2.3.1 DATOS E INFORMACIÓN	40
2.3.2 Desarrollo del sistema	42
2.3.3 REQUISITOS INFORMACIONALES	45
2.4. SOBRE SISTEMAS DE INFORMACIÓN DE COSTOS (SIC).....	46
2.4.1 DEFINICIÓN DE PRECIOS DE VENTA	51
2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS.....	56
3.1. Tipo y Diseño de Investigación.....	58
3.1.2. Diseño de la Investigación.....	59
3.2. Población y Muestra	60
3.2.1. Población:.....	60
3.3. Métodos, Técnicas e Instrumentos de Recolección de datos.	60
Capitulo IV:.....	62
4.1. INTRODUCCIÓN	62
4.2. Generalidades de la Empresa	63
4.2.1. Analizar el manejo actual de los costos según su Carta de Menú: 	64
4.3. Diseñar el sistema de costos.....	67
4.3.1. Propuesta	67
4.3.2. Fundamentación.....	67
4.4. Aplicar del sistema de costos.....	68
4.4.1. Fijación de Precios en el restaurante	68
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	72
Anexos	78

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Precios de los platos según la carta en el Restaurante "Antojito Marino".....	71
Tabla 2: Materiales directos en el restaurante "Antojito Marino".....	71
Tabla 3: Materiales directos en el restaurante "Antojito Marino".....	71
Tabla 4: Materiales directos en el restaurante "Antojito Marino".....	72
Tabla 5: Materiales directos en el restaurante "Antojito Marino".....	73
Tabla 6: Resumen de costo unitario de los Materiales Directos por cada producto.....	73
Tabla 7: Resumen de costo indirectos de producción.....	73
Tabla 08: Comparación de Precios Actual	76

RESUMEN

El presente trabajo de suficiencia profesional se ha realizado para determinar el objetivo de un “Prototipo para la optimización de recursos y mejorar la rentabilidad de los restaurantes de la ciudad de Pucallpa” el estudio es descriptivo, con una perspectiva propositiva teniendo a los restaurantes de la ciudad de Pucallpa como parte de la población a estudiar, de quienes se basó la información en las cartas de sus menús que ofrecen.

Para conseguir información de los costos de elaboración se utilizaron diferentes instrumentos de recolección de datos, tales como fotografías de las cartas de menú y monitoreo directo del proceso productivo, que diagnostican claramente la situación real de las empresas en de este rubro gastronómico.

Luego de obtener la información, desarrollamos una propuesta para diseñar e implementar un sistema de costeo adecuado a las características y naturaleza del negocio de la cocina, integrando costos, optimizando registros, tablas y gráficos, que se aplicaron para el adecuado funcionamiento y logro de los objetivos de la empresa para una toma de decisión optima.

Palabras Clave: Restaurante, Menú, Propositivo.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO

1.1. JUSTIFICACIÓN DEL PLANTEAMIENTO DE LA MONOGRAFÍA

Los negocios de comida en la ciudad de Pucallpa por las circunstancias sanitarias producidas por el tema de la pandemia y la inflación, asimismo el alza de los precios de los insumos. Hoy en día, necesitan información contable precisa manteniendo el control costos bajo control que conlleva los costos de todos los procesos del emplatado de los platos de comida que sirven según sus cartas de menú en sus restaurantes, food-truck, entre otras empresas gastronómicas que les permiten tomar decisiones estratégicas y maximizar los beneficios de la empresa.

En la ciudad de Pucallpa, los sectores gastronómico y turístico están experimentando una fuerte expansión, lo que ha propiciado el impulso de los negocios gastronómicos de diversas formas, es aquí donde vemos la necesidad

de una metodología para calcular los costos exactos de los servicios prestados en estos lugares..

Por lo tanto, al controlar los costos incurridos en alimentos y bebidas, la tecnología en el manejo de costos puede brindar un aumento en las ganancias; Diseñando una estructura de costos para una empresa del rubro alimenticio debe comenzar con la gestión y manipulación de las materias primas que conlleva el emplatado de los diferentes platos que se ofrecen en el menú; donde intervenga diversos factores como de la mano de obra, el inventario, materias primas, transporte, almacenamiento.

Teniendo en cuenta que normalmente en dichos lugares se llega a subsidiar los costos de algunos platos que no logran tener mucha acogida y/o movimiento en dichos locales, produciendo pérdidas o ganancias mínimas; dado que la mayoría de los dueños no conocen el costo de producción que conlleva producir cada plato de su menú o lo llevan de manera empírica.

Como se tiene el caso de la empresa American Airlines 1987, con una acción casi insignificante; dejó de colocar una aceituna en la ensalada que servía en el avión en cada uno de sus vuelos, lo que le ahorraba 40.000 dólares al año en cada avión y ninguno de sus pasajeros notaron cuando degustaban de la ensalada, lo que los llevo a cumplir el objetivo de reducir costos (Excelsior.com.mx, 2016).

Los restaurantes tienden a llevar sus costos de los menús de forma tradicional o empíricamente, teniendo como consecuencia que no puedan calcular por precisión los costos reales y maximizar sus ganancias.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. OBJETIVOS GENERALES

- Demostrar que con la aplicación de un sistema de costos por órdenes se optimiza el uso de los recursos y se mejora la rentabilidad de los restaurantes.

1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diseñar el sistema de costos de acuerdo a la realidad y perspectiva de las empresas Gastronómicas.
- Aplicar el sistema de costos por órdenes para determinar el efecto sobre el uso de los recursos en las empresas gastronómicas.

1.3. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DEL ESTUDIO

Es razonable considerar la importancia del control de costos en la organización como medio para contribuir al crecimiento efectivo de la rentabilidad de la organización y para la toma de decisiones.

1.3.1. RELEVANCIA SOCIAL

Es económicamente adecuado porque las organizaciones profesionales que brindan bienes y servicios contribuyen directamente al desarrollo del país y/o

región en el que se ubican mediante el pago de sus impuestos; Este trabajo es conveniente porque permitirá a los restaurantes y/o centros de culinarios tener una herramienta con la que estimar o calcular el precio real de los platos que sirven en sus menús asegurando un margen de ganancia mayor, dado que el sector gastronómico antes de la pandemia hasta el 2019 produjo un PIB de 17.634 millones de soles y representó el 3,2% del PIB total del país. Con una tasa de crecimiento promedio anual de 5,5%, 1,4 puntos porcentuales (pp) superior a la nacional, la industria turística y gastronómica se destaca como una de las más dinámicas y de crecimiento ininterrumpido desde el período del 2010. Sin embargo, la prohibición y otras medidas tomadas para mitigar la propagación de la epidemia COVID provocaron el cierre de restaurantes y centros turísticos, que redujo la actividad económica de esta industria y su participación en el PIB. Así, el PBI descendió en 2020 hasta los 8.775 millones de soles, y en el primer trimestre de 2021 la economía de este rubro cayó un 30,6% respecto al primer trimestre de 2020. (COMEX PERÚ, 2021).

1.3.2. IMPORTANCIA

En el ámbito social, este trabajo suficiencia profesional puede servir como referencia para futuras investigaciones, o como base de impulso para otros estudios que profundicen en el tema.

1.4. ALCANCE Y LIMITACIONES

1.4.1. ALCANCES

Este trabajo describe de manera general el manejo de costos en centros gastronómicos y/o tiendas de comestibles y su impacto en la rentabilidad comercial. Se enmarca dentro de la siguiente selección conceptual:

Ámbito de investigación, economía, en el margen globalizado y en el turismo.

Especialización: Contabilidad y Finanzas.

Área: Finanzas

1.4.2. Limitaciones

Dicho trabajo descriptivo no existe restricciones significativas excepto para buscar reseñas bibliográficas de temas relacionadas y el punto más importante el acceso a la información de los datos de los restaurantes, dado que no tienen una información precisa del tema tratado y/o tienen miedo a la filtración de data.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Para sustentar las bases teóricas del estudio, es necesario realizar una revisión integral de diversos estudios previos que fueron incluidos en el tema de control de costos, herramientas de costos y sistema de costos ABC y su impacto. sobre los beneficios de la empresa. De lo anterior, se pueden citar los siguientes estudios.

2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES

En el artículo Digital KUEPPERS, (2017) “5 CLAVES PARA CONTROLAR LOS COSTES DE MATERIAS PRIMAS EN UN RESTAURANTE”

El capital invertido en la compra de ingredientes, así como en la conservación de los alimentos, es un aspecto importante para incrementar la rentabilidad del restaurante. Esta inversión es uno de los aspectos más importantes de la inversión de los propietarios de los restaurantes y en este contexto, es importante considerar los costos fijados cobrados para garantizar una tasa de rendimiento constante en el plan de negocios; La regla de oro en la industria hotelera es muy clara, seguir gastando en materias primas un 25 a 30% más o menos del total del costo total del plato.

En la tesis de Perata, (2016). “UN SISTEMA DE INFORMACIÓN BASADO EN COSTOS PARA LA TOMA DE DECISIONES SOBRE PRECIOS: CASO APLICADO A UNA EMPRESA MULTIPRODUCTORA DEL SECTOR GASTRONÓMICO”, tesis para optar al grado de Magister en Administración en la Universidad Nacional del Sur, Argentina.

El punto principal del estudio basado en la investigación de una empresa de catering cuya principal necesidad era la capacidad de determinar y medir el costo de cada producto vendido, y mejorar la toma de decisiones con respecto al precio de sus servicios.

Como problema, en el tema de la empresa analizada, uno de los primordiales retos que enfrentan el dueño fue el requisito necesario poder determinar y estimar el costo de los productos vendidos, intentando mejorar la toma de decisiones solo los costos.

El método de investigación, la primera actividad consistió en realizar un diagrama del escenario actual de la organización utilizando el método de información para la toma de decisiones de precios. y buscar desarrollar un sistema estructurado de costos para determinar y emplear un plan de cálculo de costos que se adapte mejor a su estructura.

Posteriormente, se concluyó que este trabajo de investigación buscó implementar un método para establecer los precios de venta en una empresa multiproducto de la industria alimentaria, principalmente sobre la base del costo. Para ello, se analizó la empresa en su conjunto, se hace hincapié en desarrollar un método de costos para la toma de decisiones.

Se ha propuesto como recomendación un nuevo piloto de pruebas de un sistema de costos desde el punto de vista observado desde el diagnóstico

2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES

En la tesis de Alfaro Dominguez, (2016). “LOS MECANISMOS DEL CONTROL INTERNO ADMINISTRATIVO Y SU IMPACTO EN LOS RESULTADOS DE GESTIÓN DE LOS RESTAURANTES DE LA PROVINCIA DE AYABACA, AÑO 2015”. Tesis para optar el Título profesional de Contador Público en la Universidad Católica Los Ángeles – Chimbote.

El objetivo fue referir las principales tipologías de los dueños, directores y/o representantes legales de la empresa, el mecanismo de control administrativo interno y su huella en los efectos en la gestión del área de estudio en el 2015.

En dicho momento, el problema de la falta de un sistema de control interno en los restaurantes de la provincia de Ayabaca no estaba fuera de la problemática general del país; Supongamos que no cuentan con un método de control de costos que les proporcione tener información actualizada sobre los egresos y gastos operativos para la toma decisiones oportunas que conduzcan a mayores ganancias.

En la metodología, la investigación utilizó el diseño:

No experimental: Esto se realiza sin manipulación intencionada de variables. Se basa principalmente en la investigación de los fenómenos tal como ocurren en su contexto natural para su posterior análisis.

Transeccional: Recopilan datos al instante, uno a la vez. Su objetivo existe referir las variables y estudiar su ocurrencia como la correlación en cierto momento del tiempo.

Y descriptivo: Conocer la incidencia y los valores expresados por las variables y dar sus descripciones.

Como resultante, se concluye que los centros culinarios de la provincia de Ayabaca no cuentan con directivas, sistemas o mecanismos para el manejo interno adecuado para la revisión y para evaluar acciones que contribuyan al mejoramiento de su negocio; así mejorar su negocio y cumplir con sus expectativas.

En la tesis de Machado Salvador, (2017). "DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UN MODELO LOGÍSTICO PARA MEJORA DEL PROCESO DE COMPRAS EN UNA CADENA DE RESTAURANTES", Tesis para optar el Título profesional de Ingeniero Industrial en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

El objetivo del estudio fue Diseño e implementación de un modelo logístico para optimizar el proceso de abastecimiento existente en una organización de servicios de alimentos.

El problema es la escasez de un método o sistema logístico para implementar. Por ende, se realizó un examen del estado existente de los métodos, para determinar la forma de su entorno, se describen y analizan los problemas encontrados en el proceso.

Como metodología, fue descriptiva y explicativa, determinar que buscaron desplegar una imagen honesta de la anomalía en estudio con base en sus características. La atención se centra en estudiar cada característica de forma independiente, quizás de una forma u otra, las mediciones de dos o más características combinadas para determinar cómo se ve el fenómeno o cómo se muestra.

Durante el diagnóstico se obtuvo el diseño e implementación de mejoras en el método de compras, manejando equipos, diagramas, técnicas, etc.

En la tesis de Rivera & Evelin, (2017). "PRESUPUESTO OPERATIVO Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD EN EL RESTAURANTE CAMPESTRE DON ISAAC DURANTE EL AÑO 2017", Tesis para optar el Título profesional de Contador Público en la Universidad Cesar Vallejo.

Se realizó una investigación para determinar el impacto del presupuesto operativo en la rentabilidad en el Restaurante Campestre Don Isaac durante el año 2017.

El problema en los centros gastronómicos no cuenta con un presupuesto anual que cubra el recojo de información de los costos y gastos que incurren en el desarrollo de las operaciones para el crecimiento de la empresa, así como de los ingresos esperados para cada mes, por lo que se cocina platos en exceso que al final del día quedan como sobras, también como los dulces, que se preparan sin expectativa que pueden verse afectados en un corto período de tiempo.

El método utilizado en el estudio fue descriptivo, transversal, como población se tiene al el Restaurante Campestre Don Isaac, por lo que se utilizó en la cogida de datos, entrevistas y análisis de evidencias de documentos, y durante el análisis de documentos se determinó que el restaurante obtuvo una ganancia baja, aceptándose la hipótesis planteada.

Se Concluyo que comparar los estados financieros de los restaurantes con los presupuestos operativos y sin los presupuestos operativos resulta en un impacto efectivo en la rentabilidad de la empresa, como se evidencia al comparar la situación presente de la empresa con la situación en la que existe el presupuesto

operativo, las ganancias aumentaron de 5.88% a 11.60% con una variación de 5.72%.

En la tesis de Aguirre La Torre, (2015). "INCIDENCIA DEL SISTEMA DE PRESUPUESTOS EN LA GESTION ECONOMICA Y FINANCIERA EN EL SECTOR RESTAURANTES PROVINCIA DE PIURA", Tesis para optar el Título profesional de Contador Público en la Universidad Nacional de Trujillo.

El trabajo de investigación se llevó a cabo con el objetivo de establecer un método presupuestario que afecta la gestión económica y financiera del sector gastronómico en la provincia de Piura.

Se descubrieron problemas, entre ellos la alta informalidad en el funcionamiento de este tipo de empresas, así como la falta de un adecuado sistema de planificación financiera y económica que permitiera un desarrollo propicio.

La metodología fue mediante de la delimitación descriptiva y explicativo.

Se concluye que el método presupuestario tiene un efecto positivo en el manejo económico y solvente del sector gastronómico en la provincia de Piura, proporcionando el proceso de toma de decisiones, dado que es una herramienta imprescindible que puede conducir de forma regular a una organización al desarrollo y a continuar en el tiempo.

2.2. BASES TEÓRICOS-CIENTÍFICAS

2.2.1. LA GASTRONOMÍA

La gastronomía se entiende como el pensamiento lógico que involucra a las personas en todas las cuestiones relacionadas con la alimentación. Su objetivo es asegurar la conservación del hombre, mediante el uso de los mejores alimentos, y esto se logra guiando por firmes principios a quienes buscan, proveen o traen cosas que es la capacidad de convertirse en alimento, por lo que seguramente la cocina estimula a los agricultores, recolectores, pescadores y familias numerosas de Chefs sin importar el título o estándares que establezcan en la preparación de alimentos (Cuenca Ruiz & del Olmo Ruiz, 2013).

Este trabajo nos permitió definir claramente las dimensiones, variables e indicadores que orientan el proceso de enseñanza y aprendizaje, que tienen aspectos importantes, y así enmarcar los siguientes puntos: ¿Qué son las técnicas y cuáles son? ¿Importancia del emplatado? ¿Estilos y formas de emplatado? ¿Reglas que hay que seguir al emplatado? así mismo mencionando diversos autores.

Por eso estas técnicas son muy útiles para los amantes de la cocina porque ayudan a evitar grandes errores que suelen ocurrir en áreas funcionales, y en este caso la cocina; Útil ya que proporcionará instrucciones y términos más detallados. Siguiendo diferentes pasos que también es posible realizar un procesamiento creativo, dándose cuenta de la importancia de las técnicas para

un buen procesamiento, pero primero necesita saber cuáles son estas técnicas, cuán importantes son.

En el pasado, hablando de historia, se disponía la comida del plato en pequeños trozos para facilitar la alimentación de los clientes, y con el paso del tiempo y el desarrollo del arte del montaje, se tomó las riendas de las técnicas, y el chef también buscó cómo facilitar, sorprender y emocionar ofreciendo piezas comestibles. Cocinar es un arte que requiere elementos, procesos, ingredientes y creatividad, mezclando amor y nuevas técnicas para brindar satisfacción y placer a los comensales

Técnica: definir de forma estructurada cómo se llevará a cabo el proceso, sus pasos especificando claramente cómo dirigir el curso de acción para lograr sus objetivos, y cómo aplicar un conjunto de acciones tradicionales, físicas o intelectuales a una tarea en particular, sobre la base del conocimiento de la ciencia o el arte, para obtener un resultado definido (Montanari, 2006).

Técnicas de emplatado: Es un componente necesario en la cocina actual y vanguardista, donde la estética es la fusión del éxito de un plato. Conozca las posibles técnicas de presentación, los faltas que no se deben realizar, los equipos y elementos que se pueden usar para decorar un plato y las reglas básicas a tener en cuenta al servir y degustar para obtener un excelente resultado para conseguir una estética agradable para el comensal (vero, 2017).

La decoración es el elemento que aporta el toque de diseño final a un plato, por lo que hay que tener cuidado y concentrarse en cada receta. No caigas en la tentación de saturar el plato con elementos decorativos. Cuando se trata de comida, la cantidad no es igual a la calidad, y es probable que obtenga mejores resultados si encuentra una manera de sublimar cada parte específica de su plato y darles sentido a sus ingredientes. (vero, 2017).

2.2.1.1. EL ARTE DE EMPLATAR

Posterior al siglo XIX, el estilo era servir platos llenos de comida en grandes cazuelas. Existieron estos enormes festines reales los que comenzaron a promover lo que se nombra y se puede comparar con un buffet. Los alimentos se dividen en conjuntos de muchos platillos que cada uno sea servido según su gusto al entrar a la mesa. Por supuesto, la decoración ya es una gran atracción culinaria. Carnes fritas y aves con guarnición de verduras, plumas y frutas daban vida a estos banquetes. (Sandoval et al., 2014).

A finales del siglo XIX, el examinador y chef gastronómico Alexandre Grimond de la Reynière propuso el modelo actual para servir platos a platos. A través de esta iniciativa, demostró las ventajas de comer platos fríos y calientes, así como su capacidad para despertar el interés por las artes culinarias en la comunidad. Sin embargo, no fue hasta la década de 1970 cuando el servicio de platos se volvió más importante. Es entonces cuando el chef se roba la importancia del personal de la sala y en concreto. Existe un interés creciente por presentar recetas con un aspecto más atractivo y armonioso, y la sustitución de la

cubertería tradicional por platos de gran diámetro que permitan encajar en espacios y distribuciones.

En el transcurso de las épocas ir a cenar a un restaurante se va convirtiendo en una práctica diferente. Los interés de los comensales por la comida empieza a entenderse como forma de vida, y esperan experiencias que vayan más allá de los rituales habituales en sus hogares (Silvia, 2012).

En la década de 1980, los platos de vajilla eran redondos y los alimentos se agrupaban en formas geométricas. (Sandoval et al., 2014)

En la década de 1990, por la globalización tecnológica, los chefs y cocineros comenzaron a trabajar con insumos innovadores y a percatarse de técnicas que antes no estaban asociadas con la cocina. La combinación de tecnología y nuevos métodos de cocción ha traído nuevas promesas culinarias (Sandoval et al., 2014).

Hoy en día, el emplatado de muchos platillos se basa en llamar la curiosidad sobre el medio, dimitiendo espacios vacíos a su alrededor decorados con puntos y rayas de colores de salsas y chutneys. De esta forma, la sencillez puede penetrar las grandes cocinas de nuestro panorama gastronómico (Sandoval et al., 2014).

Las nuevas técnicas y una gran cantidad de estilos crearon sinergias entre ellos; Esfericalización, impresión 3D, cocción a baja temperaturas al vacío o desmontaje forma algunos ejemplos de los que tenemos hablar de comida de vanguardia. Además del progreso, hay gente que habla de una sublevación en la cocina. Servir platos en los años 1970 ya es parte de la receta. En estos instantes, grandes chefs y cocineros de la talla de Ferran Adrià, Joan Roca o Martín Berasategui reclaman al emplatado acomodarse a sus creaciones (Sandoval et al., 2014).

Esta categoría cubre de dónde viene el arte de emplatar e incluye todos aquellos controles que desconocemos de dónde vinieron y quién los hizo, por lo que debe considerarse una herramienta de mayor importancia porque pocas personas la conocen. (Rebón, 2018).

2.2.1.2. EL EMPLATADO

En la cocina se respira cada vez más arte y pasión. Un ejemplo es el postre del Chef Peter Maria Schur (Restaurante Falco, dos estrellas Michelin, Alemania), elaborado con crema helada de champán, tomates, arena de nuez tostada, champiñones y polvo de algas, todo ensamblado en una sencilla sandalias playera (Susaeta, 2017).

Una excelente emplatado debe fijarse en el color, la textura, la altura, los aderezos, las salsas y por supuesto los platos, no necesariamente el plato. Hoy, la sencillez y la elegancia prevalecen sobre el exceso y la extravagancia. Lo

principal es impresionarte con tu intuición y buen gusto. En la sección emplatado, debe agregar los detalles finales para completar su receta. Puedes usar las reglas para componer cualquier plato, dado el ensamblaje del plato manifiesta el peso y la armonía de la misma. La composición o escala simétrica comunica un efecto de orden y armonía, por otra parte, las composiciones asimétricas, diagonales y rítmicas transmiten dinamismo y vivacidad. Pero el emplatado es un habilidad que no se desarrolla rápidamente, sino que se debe sentir y es parte del chef y de la receta. (vero, 2017).

Los expertos en la cocina entienden el emplatado como algo que trasciende con el paso de los tiempos la simple decoración de los platos y que comunica algo más al comensal por eso mismo tiende hacer atractivos y vistosos teniendo gran énfasis para expresar los alimentos ya que será el protagonismo principal ante la vista. Es por esta razón que la apariencia de estos platos debe ser muy cuidadosa y, sobre todo, esto transmite nuestra línea conceptual.

De manera similar, las técnicas de un emplatado es de suma importancia conocerlo y ponerlo en práctica ya que dan pauta a perseguir varios diseños con reglas a seguir para tener resultado más concretos y sin errores así mismo tener la certeza de que se degustará algo agradable ya que la ubicación de los alimentos dará un sentido al gusto por lo que todo tiene conexiones.

Ahora hay una variedad de técnicas para buenos emplatados como; técnica en emplatado con la regla de los tercios, en diseño de platos con líneas curvas,

técnica de emplatado central o con epicentro, en emplatado rítmico, en emplatado en escala, emplatado oblicuo, emplatado asimétrico, técnica en emplatado piramidal, romboide, la edificación o el bosquejo, es tan fácil como poner los ingredientes en un plato creando una de estas formas geométricas de un emplatado creativo.

Otra técnica es utilizar reglas de tercios: es una regla utilizada en los componentes fotográficos que también funcionan en el diseño de los platos. (Bernad, 2015).

Entonces a la hora de crear un plato existe una técnica muy sencilla que consiste en elegir unos productos que se complementen y combinen entre sí, analizar el racionamiento más adecuado, elegir las técnicas de emplatado que se van a aplicar y saber cómo queremos la terminación del plato; aunque exige el dominio de las técnicas, conocimiento de los productos y el dominio de los sentidos. Ahora conozcamos las 5 técnicas que llevaremos a cabo y en que se basan estas: técnica en emplatado simétrico, rítmica, horizontal, piramidal y transversal las cuales se desarrollaran.

2.2.1.3. MENÚ

Previo al inicio de la operación se debe definir la oferta gastronómica o menú. Este documento combina las preparaciones recomendadas con su precio de venta y composición y/o ingredientes El tipo de menú y la variedad de

preparaciones dependen de la categoría y tipo de establecimiento. Los menús pueden ser "completos", con 10 a 20 opciones por receta, o "cortos" de cuatro a siete opciones. Los tipos de menús más utilizados son: a la carta, del día, cíclico, de la casa, y numerado (Mena-Galárraga & Soto, 2018).

Antes de iniciar la actividad se debe seleccionar el menú show o cocina. Este documento combina las preparaciones recomendadas con su precio de venta y composición. El tipo de menú y la variedad de preparaciones dependen de la categoría y tipo de establecimiento. Los menús pueden ser "completos", con 10 a 20 opciones por receta, o "cortos" de cuatro a siete opciones. Los tipos de listas más utilizados son: a la carta, diarias, periódicas, domiciliarias y numeradas (Mena-Galárraga & Soto, 2018).

2.3. COSTOS GENERALES

Los conceptos teóricos se utilizan para desarrollar la investigación de la teoría general de costos, teoría de precios, sistemas de información de costos, requerimientos de información, métodos de estimación de costos, y toma de decisiones.

Es importante determinar la definición de los costos. Según (Cascarini, 2003), El costo se puede definir como el esfuerzo económico que se produce al desarrollar una determinada actividad para lograr un ecuanimidad particular.

Esta enunciación incluye tanto el noción de costo total, que se refiere a la acción total, como el costo unitario, que se refiere a cada una de sus componentes.

A los contadores, auditores y auditores financieros les interesa siempre considerar la contabilidad de costos como un medio para resolver dificultades de cálculo monetaria del inventario y los efectos, pero no se nota como una herramienta de gestión, por lo que es poco común en esta área de Gestión.

La TI permite soluciones satisfactorias, manejando tres cuentas simultáneamente (Finanzas, Gastos y Administración) y ajustando las discrepancias. En este nuevo estudio, la contabilidad de costos posee dos ocupaciones relacionadas: ayudar al control y a la toma de decisiones. Para el primero, proporcione datos para crear puntos de referencia, presupuestos y otras formas de pronóstico, y realice un seguimiento de lo que sucedió para compararlo con los valores predefinidos. En cuanto a la decisión, su rol es muy importante porque incluye brindar información sobre valores relevantes que indican una serie de acciones a corto y largo plazo para introducir o reducir la producción, administrar los costos de venta y adquisición de productos para la producción.

En otras palabras, la contabilidad de costos ha pasado recientemente de ayudar a evaluar el inventario y costos generales a una herramienta importante para gestionar el control y la toma de decisiones. (MARTINS, 2009a).

Según (Bacic et al., 2009), La gestión de costes tiene un carácter amplio en cuanto abarca a toda la empresa y las relaciones que establece como cadena de valor al relacionarse con la racionalidad económica de la toma de decisiones y la creatividad de Información necesaria para evaluar resultados. Enfatizando que la visión subjetiva tradicional del manejo de costos se ha convertido en el principio rector del análisis de externalidades, como una de los principales instrumentales analíticas.

Los costos se pueden clasificar en varias categorías diferentes. Se destacan dos clasificaciones principales: según la relación del objetivo de costo, se catalogan en costos directos e indirectos; dado su comportamiento ante cambios en el tamaño del negocio, hay que distinguir entre costes fijos y variables.

Según el Glosario Iberoamericano de Contabilidad de Gestión de la AECA (Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas), Los costes directos son todos los coste que pueden identificarse de manera despejada e inequívoca y, por ende, están directamente relacionados con un objeto de costo, como un producto, servicio, artículo o actividad, y proporcionan un control económico separado sobre la asignación de objetos de costo.

Por lo encontrado, No logran estar indirectamente afines con los productos, servicios o actividades, o no es rentable medirlos para su atribución

individualmente. Por lo general, se trata de combinaciones de costos que a menudo deben medirse y aplicarse a la producción de una manera estimada.

Otra categorización de costos se relaciona con el nivel de movimiento y capacidad de fabricación por módulo de tiempo. Las variables aumentan o disminuyen según el volumen de producción y/o comercialización. Estos costos alteran de una forma u otra en función del volumen de actividad o producción realizada. Este ejemplo de costos se obtiene al vincular un nivel de producción a cualquier modo alternativo de operación como: horas de trabajo (HT); horas máquina (HM), número de encargos u disposiciones de producción; kg de materias primas, entre otras.

Por ende, los costes fijos son cuyo nivel no tiene afectación por cambios en el nivel de actividad de una unidad de negocio y, por tanto, no cambia con el nivel de acción derivada de un mecanismo de negocio en la medida en cuestión, esta es su definición característica.

Como detalla (MARTINS, 2009) Es importante señalar que la clasificación tiene en cuenta la unidad de tiempo, el valor del costo total en el volumen de actividad. En caso contrario, no se considerará los costes directos e indirectos asociados a una unidad de producción. No se puede comparar un período con otro (costos recurrentes).

Engloba mencionar que el costo fijo no siempre llegan a ser los mismos, siempre hay motivos para cambiarlos, es decir: en función del cambio de precio, cambio tecnológico o cambio del mercado local.

2.1.2 MÉTODOS DE COSTEO

Una de las importantes labores de la contabilidad de costos es determinar el costo unitario de los productos y servicios, lo que brinda generar data manejable para la toma de decisiones. La función de las técnicas de cálculo de costos es determinar cómo se asignan los costos a los productos. (MARTINS, 2009)

Elegir qué método de costeo utiliza diferentes empresas y qué método proporciona los más altos resultados es una cuestión diseñada mucha controversia. para (Kaplan & Anderson, 2003), no existe un diseño único que se pueda aplicar a todas las organizaciones de la misma estructura. Según (MARTINS, 2009a), esta es un requisito de los gerentes, y es necesario organizar un análisis de las necesidades concretas de la organización y sus principales objetivos, en procesos de organización y costos.

Las técnicas de costeo no deben ser observados desde solo un punto de vista contable, sino de una perspectiva amplia, tal un dispositivo para coordinar las actividades del negocio. (Bacic, 2013).

Algunos de las primordiales técnicas de fijación de precios de costes analizados a continuación son: modelo de fijación de precios de coste completo, fijación de precios de coste variable, ABC y TDABC.

Costeo Completo

El objetivo principal del modelo de costo total es calcular el costo de los productos vendidos y producidos. Por lo tanto, está sujeta a comportamientos contables para la determinación de inventarios y de los resultados del período. Para desarrollar este modelo de costo total, a menudo se utiliza el procedimiento de costeo por absorción. Este modelo identifica todos los costos de producción (variables y fijos) por unidad de un producto o servicio. (Bacic, 2013).

(Yardin, 2002) Se cree que el costo completo, aplicado según el método de costo por absorción, es menos ventajoso para una toma de decisión debido que la idea de la actividad de absorción del costo fijo y la capacidad de absorción es menor o mayor. Estos costos son menos claros que el concepto de costos variables. donde las operaciones incluyen costos fijos. Para analizarlo, es necesario examinar las razones de la desviación de los costos fijos reales del nivel presupuestado.

El problema de los costos totales es saber aplicar los costos indirectos (producción indirecta, gestión y ventas). (Bacic, 2013).

Variable

En tanto (Yardin, 2002) denota a costos variables, por lo que los costos fijos no son el costo de la diligencia, sino son el costo de las objetos (bienes o servicios) que produce la acción. El objetivo de las acciones económica es crear un 'aporte marginal', para cubrir los costos fijos incurridos en el mantenimiento de dicha actividad y, una vez cubierta, generar beneficios. La contribución marginal a una unidad se llama diferencia entre el costo variable y el precio de venta. (Ripoll Feliú & Álvarez López, 1994).

Según (Santos, 2008), delimita el costo variable como el técnica por el que se asignan los costes variables a los productos y lo considera una manera que permite conocer la carga marginal de cada unidad vendido por la empresa. Por lo que la contribución marginal tiene el poder de hacer más visible el potencial de cada fruto al mostrar cómo cada producto ayuda a cubrir primero sus costos fijos y luego su propio beneficio.

Los autores a favor del costeo variable, como (Yardin, 2002) sostiene que cambiar el proceso de asignación de costos fijos consigue dar la impresión de que el producto no es rentable o inversamente. No existe razón en cambiar la rentabilidad de un producto en función de formas de prorrateo.

Las tasas de aportación se pueden utilizar para tasar opciones relacionadas con descuentos, descensos de precios y campañas de publicidad necesarias para aumentar los negocios (Santos, 2008). Estas decisiones se determinan

comparando costos adicionales y examinando los aumentos en la fórmula de ventas. En otras palabras, en general, cuanto mayor sea la contribución marginal, mayor será la posibilidad de aumentar las ventas y menor será el acrecentamiento en el volumen de ventas ineludible para retirar las responsabilidades adicionales de promoción de ventas.

La ventaja que los estudiosos destacan a apoyo de este enfoque es que, al igual que el precio máximo determinado por la demanda del consumidor, el precio mínimo en el corto plazo está determinado por los costos de producción y venta de los bienes variables. Este método consiente que los empresarios comprendan la analogía entre costo, volumen, precio y beneficio. (Santos, 2008).

Costeo Basado en Actividades

La técnica de Costeo Basado en Actividades, se distingue como ABC (Activity-Based Costing) con el propósito de minimizar en gran medida las desviaciones de la asignación arbitraria de costos indirectos (MARTINS, 2009b).

(Cooper & Kaplan, 1998) Dijo que los productos no consumen directamente recursos sino actividades. En el método de fijación de precios ABC, los costos indirectos de producción se determinan para las actividades que consumen recursos. Por lo tanto, es significativa determinar qué actividades están incluidas.

El método ABC de seguimiento de costos a través de generadores de costos operativos muestra las funciones y objetos en el patrón de consumo sobre la

base de relaciones entre efecto y causa. En el tipo de modelo ABC, los diversos elementos de costo se utilizan para designar transformaciones entre diferentes actividades y recursos de costos.

según (Cooper & Kaplan, 1998), es una acción que maneja diferentes recursos entre ellos (humanos, materiales, TI y económicos) para elaborar bienes o servicios. Consiste en diferentes tareas necesarias para realizar las diligencias necesarias para definir el método que son una serie de acciones relacionadas entre sí.

Los costos de las actividades se asignan luego a los bienes y servicios, en igualdad al consumo que generan para las actividades, de lo cual se deben indagar generadores de costos pertinentes. El elemento de costo se utiliza para especificar o instaurar un mapa de las relaciones entre diferentes recursos. (Cooper & Kaplan, 1998).

A diferencia de los métodos de fijación de precios tradicionales, que traen divisiones o ejes de costos para agrupar costos y reasignar costos; el sistema ABC usa actividades para ello. Lo propio ocurre con los costos directos, primariamente la mano de obra directa, e inclusive esto es respetable. En cualquier caso, no habrá mucha diferencia con otros sistemas convencionales. La principal diferencia radica en el tratamiento de los costes indirectos (MARTINS, 2009b).

Una de las tareas más difíciles en dicho modelo es la identificación y selección de objetos de costo apropiados y específicos (MARTINS, 2009b). Pero una vez superada esta dificultad, el beneficio del ABC no se limita al precio del producto, sino que, sobre todo, es una herramienta poderosa para ser utilizada en la gestión de costos ya que permite conocer el costo de cada una de sus actividades. Con base en esta información, la empresa puede eliminar las actividades sin valor agregado y mejorar el desempeño de sus actividades.

(Cooper & Kaplan, 1998) Argumenta que las empresas de servicios son candidatas ideales para este enfoque, principalmente porque una gran parte de los costos de este tipo de negocios son costos laborales y de procesamiento altamente variable.

Varios autores han realizado estudios de costes ABC en el sector culinario, destacando sus potenciales beneficios en el uso de este método en sus procesos, como lo demuestra un proyecto desarrollado por (Kostakis et al., 2011), donde se aplicó este procedimiento a una cadena de restaurantes griegos.

Por otro lado, el estudio de (Raab et al., 2010) Adopta la técnica de ingeniería de menú basada en el margen de contribución y el método ABC, que utiliza la observación continua para calcular la proporción de tiempo que cada individuo dedica a sus propias actividades.

El método de costeo ABC permite trabajar adecuadamente en situaciones limitadas. Pero una de las mayores barreras para la aplicación del sistema es el tiempo y el costo de actualizar el sistema.

El alto costo de las actualizaciones continuas implica que muchos sistemas están desactualizados, lo que hace que los métodos sean inexactos y estimaciones incompletas. La precisión de los generadores de costos sigue siendo cuestionable, ya que se derivan de estimaciones subjetivas de los individuos. Finalmente, el modelo ABC tradicional es difícil de replicar a gran escala. A medida que se agregan nuevas operaciones al modelo, debe extenderse y, por lo tanto, aumentar su complejidad.

2.3. SISTEMAS DE INFORMACIÓN

2.3.1 DATOS E INFORMACIÓN

El grado de importancia de la información en las organizaciones acrecienta con la creciente complejidad de la organización y de los clientes. En todos los niveles organizacionales (operativo, táctico y estratégico), la información es el recurso primordial para el manejo de la empresa.

Tal como muestra (Planas, 2004), cuantiosas investigaciones y profesionales destacan la importancia de las TI para la gestión empresarial, así como su

impacto en las mismas. Como consecuencia, las variables estratégicas de las empresas han cambiado: la organización de la industria, la organización de costos, el surgimiento de nuevas economías e incluso las relaciones comprador-proveedor.

Es inconcebible que un recurso importante y costoso no deba tomarse en serio y de manera eficiente para brindar al usuario y sobre todo a la organización, un buen soporte de los medios información. (H. Freitas et al., 1997).

Hay momentos en las que los datos y la información se cree que son conceptos similares cuando en la realidad no lo son. Los datos son materia prima que aun se debe procesar para que sea útil para la empresa (Burch, 1974). Las empresas deben contar con sistemas de información para convertir estos datos en información útil para la toma de decisiones. En otras palabras, La información son datos que han sido procesados de manera que son útiles para el destinatario y tienen valor real o percibido en acciones futuras en las decisiones de la empresa. Los líderes empresariales deben comprender que tener grandes cantidades de datos en sí mismo no constituye a una mejor toma de decisiones, sino que contribuye a utilizar un sistema que proporcione información veraz y oportuna para el proceso de toma de dedición..

En las organizaciones, la información es un recurso esencial que varios autores consideran que los tomadores de decisiones comienzan a ver la información ya no exclusivamente como un producto de la actividad de la

empresa, sino como uno de los impulsores del desempeño empresarial. (H. Freitas et al., 1997). Los autores señalan que el procesamiento de la información de la organización puede verse como una función de comunicación de información de la empresa, un proceso que se está volviendo cada vez más importante y que debe ser controlado como uno de los sectores en la organización.

2.3.2 Desarrollo del sistema

Una vez identificado el objetivo o problema, el usuario requiere estar bien informado: dado que esto permite una definición más precisa del escenario, para desarrollar mejor las posibles del accionar del individuo, así como evaluar su satisfacción. (H. M. de Freitas, 1993). (Simon, 1957) proporciona tres etapas secuenciales distintas en el proceso de toma de decisiones: definir la situación (intelectual) para modelar diferentes soluciones posibles (diseño) y luego seleccionar la alternativa más satisfactoria para la implementación (selección). Después de unos años, se agregó una cuarta etapa, la etapa de evaluación. El principio del sistema permite volver a los pasos anteriores para “mejorar” la decisión, y esta conexión entre los pasos se denomina “comunicación decisión-información”.

En la fase de intelectual, se destacan los principales elementos del problema. En esta fase se identifican las variables relevantes a la situación actual y se selecciona la información brindada para el proceso. El período posterior del

proceso tiene como objetivo reconocer posibles escenarios y seleccionar uno de ellos.

Los problemas encontrados en el momento de la toma de decisiones se nombran como factores restrictivos, Lo que puede contribuir al resultado negativo de la operación. Estas dificultades surgen en las tres etapas. En investigación, las dificultades para definir el problema, así como para definirlo o clasificarlo, es decir, determinar su prioridad.

Durante a fase de identificación o conceptualización, es difícil crear alternativas o seleccionar opciones para crear criterios de rendimiento. Finalmente, en la etapa de selección, existen dificultades para definir el método para elegir una solución alternativa, dificultad para organizar y presentar la información y, en consecuencia, para elegir alternativas.

Apoyar al tomador de decisión en su proceso consiste en ofrecerle un soporte adecuado a las diferentes fases del proceso de toma de decisiones, lo que permite determinar resultados numéricos y establecer relaciones entre los elementos juzgados como importantes.

La incertidumbre desarrolla la necesidad de procesar grandes conjuntos de información. Por esto, las tareas más estructuradas deben identificarse e implementarse en un sistema abierto e interactivo, para ayudar al tomador de decisiones a resolver problemas menos estructurados, ya que utiliza no solo las

herramientas recomendadas, sino también otras fuentes de información. (H. Freitas et al., 1997).

El sistema de información funciona como un sistema abierto que interactúa con el entorno y se adapta a los muchos cambios que los usuarios utilizan para lograr sus objetivos (H. Freitas et al., 1997). El sistema proporciona información, incluido su procesamiento, independientemente de su uso. El procesamiento de datos es una de las funciones de un sistema de información, que puede realizar análisis, planificación o apoyo a la toma de decisiones.

Los sistemas de información son los impulsores de la entrega de información y buscan facilitar, acelerar y mejorar el proceso de toma de decisiones. Su función es recopilar, preservar y difundir información para ayudar en las funciones de la organización (Sanchez et al., 1988).

El objetivo del sistema es enfocarse en la aplicación efectiva de las reglas conceptuales que siempre se sugieren para ayudar a los tomadores de decisiones, y proporciona buenas condiciones para el descubrimiento, la selección y la presentación de datos de forma remota y en tiempo real, de modo que pueda hacer inferencias libremente.

Según lo dicho por (H. Freitas et al., 1997), Los sistemas de apoyo a las decisiones enfatizan la asistencia en lugar de la automatización de decisiones, es decir, el objetivo no es mecanizar el proceso, sino brindar asistencia

específica que permita a los gerentes decidir cómo actuar. La información debe estar actualizada y ser relevante para permitir que se tomen las decisiones adecuadas en un contexto particular.

2.3.3 REQUISITOS INFORMACIONALES

Es importante identificar las necesidades de información en la etapa de planificación del sistema. La definición de estos requisitos puede describirse como un proceso de intenso intercambio e interacción entre el usuario y el analista. Se parte del diagnóstico actual de la organización en cuestión a través del análisis de documentos, evidencias y entrevistas presenciales con los usuarios (Alvarez & Urla, 2002). La tarea de determinar la necesidad también la debe plantear el usuario, quien le dirá cuáles serán sus pretensiones y qué espera de la herramienta.

Los requisitos de información varían según el nivel operacional en el que se toma la decisión. Cada nivel de la organización necesita sistemas de información con diferentes características. (H. Freitas et al., 1997).

Según (Porter & Millar, 1985), Hay cinco fuerzas que afectan la competitividad de una empresa: competencia con rivalidad, amenaza de nuevos participantes, poder de negociación de los compradores, poder de negociación de los proveedores y relación que amenaza la entrada a un nuevo producto o servicio. Para que la empresa continúe y se desarrolle en este entorno, la información es

uno de los factores importantes y que deben contar con un soporte eficaz de TI. (H. Freitas et al., 1997). La tecnología de la información en todas las organizaciones es una ventaja competitiva, tanto en términos de costo como de diferenciación de productos o servicios.

Retomando lo dicho por (H. M. de Freitas, 1993) y para concluir, la clave para tomar una decisión es la información, y esta información debe estar disponible a través de una herramienta que facilite la circulación, consulta y actualización de la información.

2.4. SOBRE SISTEMAS DE INFORMACIÓN DE COSTOS (SIC)

Según (Casarini, 2004), Cada sistema de estimación es el resultado de tres aspectos distintos: el concepto de costo al que aplica, las bases de datos que utiliza y los mecanismos de precios que requiere:

- concepción de costeo, se refiere a la adjudicación de costos a las unidades de objetivo alcanzadas, su caracterización en variables o fijos, como se describe en el apartado anterior.
- base de datos, se identifican dos fuentes alternativas: la primera, la histórica mientras que la segunda, predeterminada, corresponde al proceso inductivo, basad en estimaciones, pruebas, especificaciones técnicas, proyección de consumos y precios de los factores, los cuales establecen por anticipado cual será el costo de los objetivos buscados.

- mecanismos de costeo se entienden como el conjunto de pasos y criterios a seguir para la determinación, registro y análisis de los costos en atención a la índole de la actividad desarrollada en pos del objetivo del ente y las características que de ella se derivan.

Debido a los requisitos de datos que enfrentan las empresas al tomar decisiones, es común que las organizaciones se encuentren repentinamente adoptando un sistema de costos, buscando resultados inmediatos. Es importante tener en cuenta que ningún sistema es perfecto y es capaz de resolver todos los problemas y también es capaz de servir como herramienta para la toma de decisiones; Desarrollo e implementación gradual.

Sabemos que un sistema de información no es solo un conjunto de reglas, flujos, papeles y hábitos, sino también un conjunto de individuos implicados (MARTINS, 2009a). Los sistemas de información de costos no son una excepción y dependen en gran medida de ellos. El éxito de un sistema de información depende de las personas que lo proporcionan la información y lo hacen funcionar.

Un sistema es un canal que recopila, procesa y presenta datos en varios puntos. Debe recordarse que los datos brutos casi siempre dependen de las personas, y si hay un error o falta de cooperación de su parte, todo el sistema eventualmente fallará. En algunos casos, el éxito o el fracaso de la

implementación del sistema radica en las calificaciones y competencia del personal involucrado en las primeras fases del proceso.

La ejecución debe hacerse gradualmente. Debe comenzar motivando a los empleados. Se debe demostrar y tener en cuenta la importancia y el impacto de una pequeña parte de la información ingresada por una persona en el funcionamiento del sistema. Es importante tener en cuenta que los empleados deben estar capacitados en su uso. Debe comenzar con hábitos y ejercicios para mejorar gradualmente la calidad de la información obtenida.

Ya sea que se adopte el sistema, la cantidad de datos necesarios para alimentarlo o el propósito de su implementación, siempre habrá objeciones de todos. Principalmente cuando se solicitan datos por primera vez. La primera reacción del personal es sentirse más en control.

Cada dato genera un costo y posiblemente una ventaja. La relación costo-beneficio debe evaluarse bien durante la implementación del sistema, incluso más adelante en el proceso.

Al implementar un sistema, es necesario considerar las condiciones necesarias para informar a la gerencia que sea capaz de adaptar las cifras para trabajar con el concepto de valor presente y dinero constante.

En el contexto de inflación con grandes diferenciales, al configurar el sistema, se debe proporcionar especial cuidado a la moneda utilizada para el registro. No tiene sentido adoptar un sistema en el que se mezclan diferentes fechas, lo que significa diferentes precios. Todos los valores deben corregirse correctamente. Si la contabilidad utiliza datos históricos, debe ajustarse para obtener un valor total que tenga en cuenta la inflación.

Los valores e información de mano de obra, electricidad, alquiler y otros valores deben ser corregidos por indicadores relacionados con la inflación observada entre la fecha de ocurrencia y la fecha base dada.

Debe haber una correlación entre el sistema de costos y el proceso general de gestión empresarial. Esta combinación es necesaria para que las compañías sobrevivan en un entorno empresarial globalizado y competitivo.

Cooper & Kaplan, (1998) destacan tres objetivos que debe cumplir un sistema de información de costos, entendidos como todos los procedimientos técnicos, gerenciales y contables utilizados por la organización. El Sistema de Información de Costos debe proporcionar Información útil, porque la Información de costos es generalmente informa para la toma de decisiones de los gerentes. Por otro lado, el sistema debe ser dinámico, debe brindar información rápida y seguir un proceso que debe ser controlado. En conclusión, el sistema debe establecer el costo por unidad de producto.

El sistema de información de costos está asociado con todos los demás elementos de mano de obra, materias primas, recursos humanos, finanzas, producción, contabilidad, etc. Todo debe girar en torno a los datos integrados en el sistema de cálculo de costos de manera sistemática y organizada. La información generada, como se describió anteriormente, constituye un elemento del sistema de información gerencial, representando los resultados del procesamiento y organización del modelo diseñado y desarrollado para la toma de decisiones.

Para un sistema de información de costos es importante que produzca información útil coherente acorde a la filosofía de la empresa, en particular con la política de precios. En este contexto, la existencia de un sistema de información de costos es fundamental para la supervivencia de la empresa en el mercado competitivo. Es lo que (Cooper & Kaplan, 1998) afirman la competitividad a través de la sostenibilidad a través de la información.

El entorno competitivo del mercado para las empresas ha creado la necesidad de una gestión, ya que en tal contexto la empresa debe tener un conocimiento profundo de sus operaciones, ya sean internas o externas, y un entendimiento de cómo ocurren los costos, para eliminar el desperdicio y las actividades que no añaden valor para el producto y por tanto para el cliente.

En el marco de los sistemas de información, la contabilidad de costos se desarrolla a través de la recolección y procesamiento de datos que conduce a la

difusión de información en forma de informes. Estos informes deben asegurar un flujo continuo de información, permitir la evaluación del escenario base y la comparación con el plan, y la identificación y seguimiento de las desviaciones y sus causas.

Los emprendedores necesitan información impresionable para tomar decisiones sobre precios, rentabilidad de sus productos y reducir costos. La idea de que la contabilidad de costos es útil para establecer precios de venta está muy extendida. (MARTINS, 2009a).

2.4.1 DEFINICIÓN DE PRECIOS DE VENTA

El precio se puede conceptualizar como la cantidad que las organizaciones reciben a cambio de proporcionar sus bienes y / o servicios, fijado a un valor satisfactorio que ayuda a compensar los costos y la rentabilidad del negocio (Bruni & Famá, 2000). Los autores enfatizan que en lo que respecta al precio, es necesario analizar los costos y estimar los elementos interiores del mercado en el que se ofrecerá el producto.

Para (Assef, 2011) Las empresas deben acoger políticas de precios efectivos, porque solo de esta manera pueden lograr sus objetivos de ganancias a corto y largo plazo, aumento en el número de empleados, servicio de alta calidad a clientes, bienes y otros..

Fijar un precio no significa que cambiar el precio sea la única mejor solución. Las decisiones no serán correctas basadas en la observación de una sola variable, costos, clientes, estrategia competitiva o impactos financieros (Nagle & Hogan, 2006).

Desde el punto de vista del costo total, se dice que el precio incluye todos los costos, incluidos los costos fijos. En el enfoque del costo marginal, cualquier contribución positiva es buena con una formación de precios más elástica (Santos, 2008). La idea es determinar la combinación de precio y volumen para maximizar las ganancias, siempre que el precio esté por encima de los costos variables.

Para el método de rendimiento de la inversión, que tiene en cuenta una tasa de rendimiento predeterminada sobre el capital invertido, el cambio en el precio de venta no afectará directamente la inversión en las acciones, ya que se expresa a la par con el costo de capital. (Santos, 2008).

Los resultados a los que llegaron (Hall & Hitch, 1939) Se diferencia notablemente de la conclusión de la teoría tradicional de determinación de precios en competencia pura: La empresa no solo fija el precio, sino que también se encarga de la reacción de sus competidores, fijando el precio de sus productos. Asimismo, no intentan extender las ganancias a corto plazo equiparando los ingresos marginales con los costos marginales, sino fijando precios utilizando el enfoque del costo total.

Se ha comprobado que existe una fuerte oposición de las empresas a cambiar el método tradicional (costeo por absorción) por el método más moderno que se ha publicado en la literatura ya divulgados.

Los diferentes métodos para determinar el costo unitario total conducen a resultados diferentes. De una forma u otra, las empresas deben acordar qué método utilizar. De lo inverso, corren el peligro de dedicarse a la producción de productos más baratos y sufrir pérdidas (Bacic, 2013).

Para los precios en el rubro gastronómico, los métodos de análisis del menú tratan los costos marginales y las contribuciones por separado. (Pavesic, 1983) propone la combinación propuesta de reducción de costos y mejora de la contribución marginal utilizando una matriz en la que se analizan el costo y la contribución marginal de cada panel.

Según varios es estudios desarrollados en centros de supermercado (Machado & da Silva, 2013), Las organizaciones comprenden la grado de aplicar un procedimiento de valoración adecuado para fijar precios; Además, la mayoría de las empresas estudiadas utilizan esta metodología para determinar los precios basados en costos.

Dado en el mismo artículo, el costo se maneja como pedestal para el precio, con la adición del "MARK UP", como un indicador aplicado al costo hacia formar

el costo de venta. Esta métrica, generalmente determinada por la empresa, debe incluir los impuestos y tarifas de venta aplicables, los costos administrativos, los costos de venta, los gastos generales de fabricación y las ganancias. El problema con este enfoque es que algunos costos, como el inventario o la entrega de un producto individual, pueden afectar el costo de otros productos, lo que dificulta la determinación del precio y el capital de cada artículo.

Se enfatiza la importancia de las percepciones de los clientes sobre los costos de los artículos del menú, y ellos asumen que el conocimiento general del precio del cliente es monetaria y no monetaria. Además, también tienen en cuenta el precio de referencia, y lo comparan con el precio de lista actual para tomar la decisión.

Determinado la técnica de alineación de precios, la organización debe encargarse del precio de cada uno de sus productos, de acuerdo con la pericia de toda la organización. Existen formas de manejar de precio y se cuentan visiblemente en (Cogan, 1999):

- Estrategia de precios distintos: estrategia en la que se aplican diferentes precios a diferentes compradores del mismo producto, descontando en el mercado secundario y reservando un precio alto, con descuentos periódicos o aleatorios.
- Estrategias de precios competitivos: igualar o socavar los precios competitivos, conducir o seguir, penetración de precios, precios predatorios e inflación.

- Estrategia de precios de la línea de productos: precio fijo, precio de cebo, precio bala, precio fijo y unidades de precio múltiple.
- Estrategia de precios basada en imagen y psicología: precio de referencia, reputación, permanente versus irregular.

Según Santos (2008), El tratamiento de la información del precio de venta debe ser un valor que otorgue a la empresa multiplicar sus utilidades y la capacidad de mantener la calidad, y al momento de crearlo se deben tener en cuenta varias condiciones: la formación del precio base, luego del cual es el punto crítico base. el precio. Características del mercado existente (precio competitivo, volumen de ventas, duración, plazos de entrega, calidad, aspectos promocionales), pruebas de precios con las condiciones del mercado (teniendo en cuenta el costo, volumen, relaciones de dividendos y otros aspectos económicos del negocio) y posteriormente determinar el precio más beneficioso.

Para (Pavesic, 1983) Hace décadas ya se contaba a la grado de definir un diseño de menú de restaurante y un método de análisis que asegure qué productos deben posicionarse o resaltarse de manera diferente para hacer la contribución adecuada. Según (Kelly et al., 2009) apunta que no solo averigüe la demanda que existe de un alimento en particular de la carta, sino que también determine la elasticidad de esa demanda en relación a los precios de esos productos. En este contexto, los gerentes deben tratar el precio del menu como un método de administración de ingresos.

Se debe enfatizar la importancia que deben otorgar los gerentes al conocimiento de que los compradores tienen precios y contiene percepciones monetarias y no monetarias y que los clientes también evalúen los precios de referencia y los comparen siempre con precios competitivos, dejando precios basados en las alternativas.

2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

Centro de costo: Esta es una parte de la organización donde el control se lo asigna al compromiso de costos.

Costo: Los pagos en efectivo u otros bienes, capital o acciones de servicios con los bienes o servicios arrendados o con cualquier pérdida incurrida se identifican y miden por el monto pagado o por pagar.

Diseño del Sistema: Dar forma a la naturaleza y el contenido de los datos para que un proceso determine los vínculos necesarios entre los componentes involucrados.

Sistema de Costo: Un sistema de contabilidad, a menudo complementario a un libro mayor, mediante el cual se determina el costo de un producto, proceso o servicio.

Optimizar: Planifican las operaciones para obtener los mejores resultados, por ejemplo, cambian a los empleados para mejorar el rendimiento.

Competitividad: Tendencia a participar en cualquier rivalidad para conseguir un fin.

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. Tipo y Diseño de Investigación

El presente trabajo se llevaría a cabo llanamente en la empresa en el rubro de la gastronomía, la equivalente que sería una investigación descriptiva propositiva.

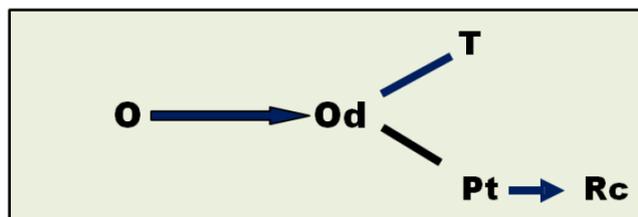
Descriptiva: Porque trabaja sobre la realidad de los hechos y sus características básicas, es la interpretación correcta. El tipo de investigación incluye describir, registrar, analizar e interpretar el fenómeno de la investigación, ya que su objetivo no se limita a la recolección de datos, sino a anticipar e identificar las relaciones que existen entre dos o más variables

Propositiva: Por ser una actividad importante y creativa, se caracteriza por opciones de planificación o soluciones alternativas a los problemas que plantea la situación.

3.1.2. Diseño de la Investigación

Debido a la relevancia del estudio, corresponde a un diseño no experimental como se muestra en el diagrama: El proceso de este diseño: el investigador investiga y recolecta información actual sobre el tema de estudio, pero no el control actual del tratamiento (No hay comprobación de hipótesis) (Hernández, 2014). El diseño está definido por el tipo de investigación que se va a ejecutar (Bernal, 2010)

En la que (O) significa la Observación al tipo de sistemas de costos de los restarutantes; (Od) es la Investigación Diagnóstica que se recogerá de la parte administrativa y productiva (T) proposición que sirve de asiento para la propuesta (Pt) Propuesta teórica sobre: “Aplicación de un sistema de costos, para mejorar la rentabilidad” y (Rc) contexto cambiada; proposición que permanecerá diseñada de la siguiente manera:



Donde:

O = Observación.

Od = Observación Diagnóstica de la realidad.

T = Teoría que sirve de base a la propuesta.

Pt = Propuesta teórica.

Rc = Realidad cambiada.

3.2. Población y Muestra

3.2.1. Población:

Estuvo constituida por el Restaurante Antojito Marino

3.2.2. Muestra:

La población estuvo constituida por la carta del Restaurante Antojito Marino

3.3. Métodos, Técnicas e Instrumentos de Recolección de datos.

Para realizar el trabajo se recurrió a los siguientes métodos y técnicas.

3.3.1. Métodos.

a. Método Descriptivo: El propósito del estudio de la pesquisa es obtener conocimientos notables de diversos orígenes de información y ayudar a presentar el contenido con claridad, con el fin de acumular y rescatar la información contenida en el mismo.

El proceso intelectual en el que cada complejo se divide en sus otras partes y atributos. El estudio permite el fraccionamiento mental del todo en muchas relaciones y mecanismos.

b. Fase de diagnóstico o factor perceptible: El método se utilizará como método teórico; Esto nos conducirá a conocer a los antepasados en diferentes periodos de tiempo para conocer el desarrollo y evolución del objeto de estudio..

Capítulo IV:

DISEÑO Y APLICACIÓN DEL SISTEMA DE COSTOS

4.1. INTRODUCCIÓN

Hoy en día, la información en todos los aspectos es el activo más importante y valioso de la empresa. Con investigación honesta y oportuna, la organización consigue implementar tácticas y planes de desarrollo y mejora continua. asimismo, con la mayor cantidad de información posible, debes saber cómo utilizarla para atraer más clientes.

Obtener información para marcar la diferencia en su negocio es la tarea más compleja porque hay muchas posibilidades de utilizarla. Durante el desarrollo de este prototipo se recreará todo el proceso de diseño e implementación de un

sistema de costes presentado para las empresas del sector gastronómico en su conjunto.

Este estudio está orientado para recabar la data importante sobre la elaboración de platos para su adecuada inclusión y uso en establecimientos culinarios.

4.2. Generalidades de la Empresa

El Restaurante "Antojito Marino", se ofrece fundamentalmente la elaboración de platos en base de pescados y mariscos, y se localizada en la ciudad de Tarapoto, Departamento de San Martín.

Tiene la misión de “Brindar a nuestros clientes el mejor servicio, trabajamos con proveedores de confianza, y profesionales calificados para que se sienta como en casa”

La visión es “Ser el mejor restaurante de pescados y mariscos en San Martín”

4.2.1. Analizar el manejo actual de los costos según su Carta de Menú:

Tabla 1 Precios de los platos según la carta en el Restaurant "Antojito Marino".

Producto	Precio Unt.
Ceviche Taipa	18
Ceviche Mixto	23
Chicharrón	20
Arroz con marisco	20

Primer elemento del costo: Material Directo.

Tabla 2 Materiales directos en el restaurante "Antojito Marino"

<i>Arroz con mariscos</i>	
Material	costo total
Mariscos	5
Arroz	1
Pimiento	0.8
Cebolla China	0.2
Mantequilla	0.35
Vino Blanco	0.5
Arveja Verde	1
Escabeche	1
Cebolla	0.4
Limón	0.3
Total	10.55

Nota: Esta tabla muestra los ingredientes utilizados en la preparación de arroz con mariscos, el precio unitario es de S/. 10.55, esta tabla ha sido preparada con los datos conseguidos de la empresa y su carta de menú.

Tabla 3 Materiales directos en el restaurante "Antojito Marino"

<i>Ceviche Taipa</i>	
Material	costo total
Pescado	6.5
Limón	1
Cebolla	0.6
Yuca	0.2
Camote	0.2
Maíz	0.4

Ají Limo	0.1
Total	9

Nota: Esta tabla muestra los ingredientes directos utilizados en la preparación de Ceviche Taipa, a precio unitario S/. 9.00, esta tabla ha sido elaborada con los datos conseguidos de la empresa y su carta de menú.

Tabla 4 *Materiales directos en el restaurante "Antojito Marino"*

<i>Ceviche Mixto</i>	
Material	costo total
Pescado	3
Mariscos	4.5
Limón	1
Cebolla	0.6
Yuca	0.2
Camote	0.2
Maíz	0.4
Ají Limo	0.1
Total	10

Nota: Esta tabla muestra los componentes directos utilizados para la elaboración de Ceviche mixto, a precio unitario S/. 10.00 Esta tabla ha sido compilada con los datos conseguidos de la empresa y su carta de menú.

Tabla 5: *Materiales directos en el restaurant "Antojito Marino"*

<i>Chicharrón de Pescado</i>	
Material	costo total
Pescado	6
Papa	0.63
Harina	0.4
Huevos	0.3
Yuca	0.2
Total	7.53

Nota: Esta tabla muestra los materiales directos utilizados en la elaboración del plato de pescado Chicharon, Precio unitario s/. 7.53, Esta tabla ha sido elaborada con datos conseguidos de la empresa y su carta de menú.

Tabla 6: *Resumen de costo unitario de los Materiales Directos por cada producto.*

Producto	Costo Unitario
Arroz Con Mariscos	10.55
Ceviche de Pescado	9
Ceviche Mixto	10
Chicharrón De Pescado	7.53
Total	37.08

Tabla 7: *Resumen de costo indirectos de producción.*

Detalle de los CIF	CIF mensual (S/)	CIF diarios (S/)
alquiler	450.00	15.00
agua potable	30.00	1.00
energía eléctrica	250.00	8.33
balón de gas	240.00	8.00
materiales indirectos	1000.00	33.33
mano de obra indirecta	4800.00	160.00

útiles de limpieza	150.00	5.00
mantenimiento y reparaciones	100.00	3.33
depreciación	60.00	2.00
Total	7080.00	236.00

Nota: aquí se presenta el resumen de los CIF mensuales y diarios.

4.3. Diseñar el sistema de costos.

4.3.1. Propuesta

Diseñar el sistema de costes según la realidad y el punto de vista de las empresas Gastronómicas.

4.3.2. Fundamentación.

La siguiente propuesta se basará en prácticas correctas de fijación de precios en el negocio de la restauración, que es el motor de costeo por actividades a través de un sistema de costeo sencillo y directo, que ayudará a las empresas a conocer el precio según las actividades, se traduce en una función positiva y ejemplar de la empresa luego de que la adopción de este sistema repercutirá en la rentabilidad futura.

Como parte del diseño se realizó un flujograma para el uso del prototipo como se muestra en el siguiente:

Como parte del diseño se realizó un flujograma para el uso del prototipo como se muestra en el siguiente:

Grafico 1: Flujo para ingresar la data al prototipo de sistema de costos



Nota: se presenta como se debe ingresar la información a las hojas de Excel para calcular los costos de los platos y su rentabilidad.

4.4. Aplicar del sistema de costos

Implementación del método de costos para determinar el impacto del uso de los recursos que se genera en el negocio de la gastronomía.

4.4.1. Fijación de Precios en el restaurante

Para lograr el segundo objetivo especificado, se debe aplicar el precio actual para obtener un mejor margen de beneficio en el restaurante mencionado anteriormente y el precio también se determina con precisión aplicando el técnica de costo total sobre la base de los costos fijos por el método de costos propuesto.

Tabla 08: Comparación de Precios Actual

N° ITEM	ARTÍCULO DEL MENÚ	Costo del Plato	Cant. Platos Vendidos	Precio de Venta (sin impuestos)	Ganancia Bruta	Ganancia Bruta Total (Utilidad Bruta)	RENTABILIDAD	POPULARIDAD
1	Arroz Con Mariscos	11.08	25	20.00	8.92	222.90	BAJA	ALTA
2	Ceviche de Pescado	9.46	23	18.00	8.54	196.53	BAJA	ALTA
3	Ceviche Mixto	10.51	16	23.00	12.49	199.90	ALTA	ALTA
4	Chicharrón De Pescado	7.91	20	20.00	12.09	241.78	ALTA	ALTA
5								

Nota: en el cuadro de ingeniería de menú se muestra que dos de los platos, aunque se vendan la misma cantidad platos diaria se tendrá una baja rentabilidad, para poder tener un mayor índice de rentabilidad se tendría que bajar los costos de los ingredientes al momento del emplatado, o buscar proveedores con precios cómodos dado que supera el 50% del precio de ventas

CONCLUSIONES

- 1.** Al diseñar e implementar un sistema de costos, permite un uso óptimo de los recursos (materiales, humanos y de tiempo) en lugar de simplemente utilizar los precios de referencia de la competencia
- 2.** El estudio del método de costos establecido tiene un efecto positivo en los precios de los restaurantes. Porque permite determinar la correcta asignación de recursos, materiales y costos indirectos para cada tipo de producto, proporcionando así la base para una fijación de precios precisa para obtener una ganancia de cada producto vendido.

RECOMENDACIONES

1. Encargar y enseñar al personal de manufactura en el uso de formatos diseñados para obtener información sobre los procesos productivos de la empresa.
2. Se debe establecer el método de costeo ABC para que la organización tenga un mejor manejo sobre sus costos, especialmente los CIF que son los más difíciles de fijar, y de esta manera podrá contar con precio más precisos. Del mismo modo, se recomienda fijar el precio correctamente utilizando este método para obtener los costos netos, porque se ha observado que la fijación de precios basada en la competencia no es la más adecuada y, en algunos casos, conducirá a pérdidas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguirre La Torre, Á. A. (2015). Incidencia del sistema de presupuestos en la gestión económica y financiera en el sector restaurantes provincia de Piura.
- Alfaro Dominguez, W. (2016). Los mecanismos de control interno administrativo y su impacto en los resultados de gestión de los restaurantes de la provincia de Ayabaca, año 2015.
- Alvarez, R., & Urla, J. (2002). Tell me a good story: Using narrative analysis to examine information requirements interviews during an ERP implementation. *ACM SIGMIS Database: the DATABASE for Advances in Information Systems*, 33(1), 38-52.
- Assef, R. (2011). Guía práctica de formación de precios: Aspectos metodológicos, tributarios y financieros para pequeñas y medianas empresas. Río de Janeiro: Elsevier.
- Bacic, M. J. (2013). El modelo de costeo por absorción y su papel en la formación de los precios. *Costos y Gestión, una mirada panorámica sobre el tema en Latinoamérica y España*, 1.
- Bacic, M. J., Souza, M. C., & Azevedo, F. (2009). Rigidez de los precios industriales y la funcionalidad de los métodos de costeo completo: Una reflexión a partir de los abordajes estratégico, evolucionista e institucional. XI Congreso internacional de costos y gestión y XXXII Congreso argentino de profesores universitarios de costos.

- Bernad, C. (2015, abril 23). Técnica de emplatado 1: Como presentar tus platos, apuntes. Cocina y Aficiones. <https://www.cocinayaficiones.com/tecnicas-para-emplatado-como-presentar-tus-platos-1-apuntes/>
- Bernal, C. A. (2010). Metodología de la Investigación (Tercera edición ed.). La Sabana, Colombia: Pearson.
- Bruni, A. L., & Famá, R. (2000). Gestão de custos e formação de preços: Com aplicações na calculadora HP 12C e Excel . Editora Atlas SA.
- Burch, J. G. (1974). Jnr. And Strater, FR Jr. Information Systems: Theory and Practice.
- Cascarini, D. C. (2003). Contabilidad de Costos: Principios y esquemas. Macchi.
- Cascarini, D. C. (2004). Teoría y Práctica de los Sistemas de Costos. Buenos Aires, La Ley SAE e I.
- Cogan, S. (1999). Custos e Preços-formação e análise. Cengage Learning Editores.
- COMEX PERÚ. (2021). ALOJAMIENTO Y RESTAURANTES; TRANSPORTE; Y MANUFACTURA ENTRE LOS SECTORES CON MAYOR URGENCIA DE REACTIVACIÓN ECONÓMICA. COMEX - Sociedad de Comercio Exterior Del Perú. <https://www.comexperu.org.pe/articulo/alojamiento-y-restaurantes-transporte-y-manufactura-entre-los-sectores-con-mayor-urgencia-de-reactivacion-economica>
- Cooper, R., & Kaplan, R. S. (1998). The promise-and peril-of integrated cost systems. Harvard business review, 76(4), 109-120.
- Cuenca Ruiz, E., & del Olmo Ruiz, M. (2013). COCINA DE ARTE VISUAL Y COCINA TOTAL DE SANTOS GARCÍA VERDES. <https://docplayer.es/39502901-Cocina-de-arte-visual-y-cocina-total-de-santos-garcia-verdes.html>

- Dalci, I., Tanis, V., & Kosan, L. (2010). Customer profitability analysis with time-driven activity-based costing: A case study in a hotel. *International Journal of contemporary hospitality Management*.
- Davis, G. B., & Olson, M. H. (1993). Sistemas de información gerencial. En *Sistemas de información gerencial* (pp. 718-718).
- Excelsior.com.mx. (2016, julio 31). Una aceituna cambió todo; la lección de American Airlines para reducir gastos. <https://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/una-aceituna-cambio-todo-la-leccion-de-american-airlines-para-reducir-gastos>
- Freitas, H. M. de. (1993). A informação como ferramenta gerencial. Porto Alegre: Ortiz, 161-199.
- Freitas, H., Becker, J. L., Kladis, C., & Hoppen, N. (1997). Informação para a decisão. Porto Alegre: Ortiz.
- Hall, R. L., & Hitch, C. J. (1939). Price theory and business behaviour. *Oxford economic papers*, 2, 12-45.
- Hernández, R. F. C. (2014). Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P.(2010). *METODOLOGÍA de la investigación*. Quinta edición, México DF, México, McGraw-Hill.
- Juran, J. M., Gryna, F. M., & Bou, J. M. V. (1977). Planificación y análisis de la calidad. Reverté.
- Kaplan, R. S., & Anderson, S. R. (2003). Time-driven activity-based costing. Available at SSRN 485443.
- Kelly, T. J., Kiefer, N. M., & Burdett, K. (2009). A demand-based approach to menu pricing. *Cornell Hospitality Quarterly*, 50(3), 383-387.

- Kostakis, H., Boskou, G., & Palisidis, G. (2011). Modelling activity-based costing in restaurants. *Journal of Modelling in Management*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de marketing*. Pearson educación.
- KUEPPERS, M. (2017, abril 27). 5 claves para controlar los costes de materias primas en un restaurante [Periodico Digital]. *Innovación, Marketing y Tecnología para Restaurantes | DiegoCoquillat.com*. <https://www.diegocoquillat.com/5-claves-para-controlar-los-costes-de-materias-primas-en-un-restaurant/>
- Machado, M. C. R., & da Silva, M. P. (2013). Custos e precificação: Um estudo em restaurantes self services de Aracaju/SE. *ABCustos*, 8(3).
- Machado Salvador, C. E. (2017). Diseño e implementación de un modelo logístico para mejora del proceso de compras en una cadena de restaurantes.
- MARTINS, R. L. (2009a). Sistema de custeio: Um estudo de caso em uma empresa industrial do ramo de sabão na cidade de Paulista-PB.
- MARTINS, R. L. (2009b). Sistema de custeio: Um estudo de caso em uma empresa industrial do ramo de sabão na cidade de Paulista-PB.
- Mena-Galárraga, F., & Soto, E. G. (2018). Control de costos de alimentos y bebidas en mipymes hosteleras: Caso de estudio Quito-Ecuador.
- Montanari, M. (2006). *La comida como cultura*. Ediciones Trea.
- Nagle, T. T., & Hogan, J. E. (2006). *The Strategy and Tactics of Pricing: A Guide to Growing More Profitably* 4th. Prentice Hall.
- Pavesic, D. V. (1983). Cost/margin analysis: A third approach to menu pricing and design. *International Journal of Hospitality Management*, 2(3), 127-134.

- Perata, A. E. (2016). Un sistema de información basado en costos para la toma de decisiones sobre precios: Caso aplicado a una empresa multiproductora del sector gastronómico.
- Planas, F. C. (2004). La contabilidad de gestión en la industria hotelera: Estudio sobre su implantación en las cadenas hoteleras en España: tesis doctoral [PhD Thesis]. Universitat Rovira i Virgili. Facultat de Ciències Econòmiques i Empresariales.
- Porter, M. E., & Millar, V. E. (1985). How information gives you competitive advantage. Harvard Business Review Reprint Service.
- Raab, C., Mayer, K., & Shoemaker, S. (2010). Menu engineering using activity-based costing: An exploratory study using a profit factor comparison approach. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 34(2), 204-224.
- Rebón, A. (2018). ¿Qué es emplatar? |Definición de emplatar | Tipos de emplatar. Mami Recetas. <https://www.mamirecetas.com/glosario/emplatar>
- Ripoll Feliú, V., & Alvarez López, J. (1994). Introducción a la Contabilidad de Gestión. Cálculo de costes. Capítulo I: Marco y contenido de la Contabilidad de Gestión. McGraw-Hill. España, 20.
- Rivera, M., & Evelin, V. (2017). Presupuesto Operativo y su incidencia en la Rentabilidad en el Restaurante Campestre Don Isaac durante el año 2017.
- Sanchez, R. M. R., Murdick, R. G., & Munson, J. C. (1988). Sistemas de información Administrativa. Prentice Hall.
- Sandoval, R., Puerta, B., & García, C. (2014). EL ARTE DE EMPLATAR. https://issuu.com/investgrafico/docs/el_arte_de_emplatar
- Santos, J. J. (2008). Fundamentos de custos para formação do preço e do lucro. 5ta. Ed. San Pablo, Brasil: Ed.. Atlas.

- Silvia, E. (2012, junio 25). Gastronomía ¿Cómo hacer montajes gourmet? Marketing Gastronomico. <https://marketinggastronomico.com/gastronomia-como-hacer-montajes-gourmet/>
- Simon, H. (1957). A behavioral model of rational choice. *Models of man, social and rational: Mathematical essays on rational human behavior in a social setting*, 241-260.
- Susaeta, E. (2017). El arte de emplatar.
- vero. (2017, enero 11). Guía Completa sobre Técnicas de Emplatado. cookstorming. <https://cookstorming.com/tecnicas-de-emplatado/>
- Yardin, A. (2002). Una revisión a la teoría general del costo. *Revista Contabilidade & Finanças*, 13, 71-80.

Anexos

Anexo

ANÁLISIS E INGENIERÍA DE MENU

Fecha:

Nombre del Restaurante:

Ejemplo

Período de estudio (en días):

1 DIA

Turno de Estudio:

Tarde y noche

Responsable del estudio:

N° ITEM	ARTÍCULO DEL MENÚ	Costo del Plato	Cant. Platos Vendidos	Precio de Venta (sin impuestos)	Ganancia Bruta	Ganancia Bruta Total (Utilidad Bruta)	RENTABILIDAD	POPULARIDAD	CATEGORÍA
1	Arroz Con Mariscos	11.08	20	20.00	8.92	178.32	BAJA	ALTA	CABALLITO DE BATALLA
2	Ceviche de Pescado	9.46	20	18.00	8.54	170.89	BAJA	ALTA	CABALLITO DE BATALLA
3	Ceviche Mixto	10.51	20	23.00	12.49	249.88	ALTA	ALTA	ESTRELLA
4	Chicharrón De Pescado	7.91	20	20.00	12.09	241.78	ALTA	ALTA	ESTRELLA
5									
6									
7									
8									
9									
10									
11									
12									
13									
14									
15									
	Cantidad de Platos en Carta		Total Platos Vendidos			Ganancia Bruta Total	Estado de Menú	Estado de Menú	
	4		80			840.88	REVISAR	ok	

Criterios utilizados en el proceso de ingeniería de menú

Categorías	RENTABILIDAD	POPULARIDAD
Caballito de Batalla	BAJA	ALTA
Estrella	ALTA	ALTA
Rompe Cabeza	ALTA	BAJA
Basura	BAJA	BAJA

Popularidad ALTA = Mix Real \geq Índice de Popularidad

Popularidad BAJA = Mix Real $<$ Índice de Popularidad

Rentabilidad ALTA = Ganancia Bruta Individual \geq Ganancia Bruta Promedio

Rentabilidad BAJA = Ganancia Bruta Individual $<$ Ganancia Bruta Promedio

