

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRES**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y FINANCIERAS**  
**CARRERA DE CONTADURIA PUBLICA**



**PETAENG - VERSION XII**

**Plan excepcional de Titulación para Estudiantes Antiguos No Graduados**

**MODULO DE ACTUALIZACION**

**Para la obtención del Grado Académico de Licenciatura**

**COSTOS DE PRODUCCION DE UNA EMPRESA GASTRONOMICA**

**DE COMIDA RAPIDA EN LA PAZ**

**Autor: SANDRA BARBARA LOPEZ RAMIREZ**

**La Paz – Bolivia**

**2024**

**DEDICATORIA:**

Dedico mi trabajo a mis seres queridos que más amo en el mundo A mi querido padre Justo que está en el cielo que me dio la enseñanza de tener fe y confianza en lo que uno se propone A mi querida madre Alicia que siempre me brindo su bendición y protección A mi Amado Esposo Franz que entre viento y marea siempre estuvo a mi lado. A mis adorados hijos: Andaluz, Jayani, Franz, Bárbara y Andes por regalarme la experiencia de conocerlos a cada uno y a mis amigos y compañeros que en el trayecto de este largo camino fuimos cómplices de este esfuerzo.

### **AGRADECIMIENTOS:**

Agradeciendo primeramente a Dios mi padre celestial por regalarme este momento que siempre será de enseñanzas y aprendizaje en el diario vivir.

A la Universidad y el plantel docente por su compromiso y dedicación fortaleciendo mis conocimientos.

A mi Adorada familia que incondicionalmente siempre estuvieron como una luz apoyándome en mi camino.

## **RESUMEN**

El presente trabajo informe, desarrollo aspectos esenciales que corresponden al área de la Contabilidad y en especial a la contabilidad de costos desde una aplicación metodológica y sistemática, que nos permitirá registrar los costos de producción de una empresa de comida rápida del sector gastronómico. La contabilidad de costos es una rama de la contabilidad que se enfoca en el registro, análisis y control de los costos de producción de una empresa. Su objetivo principal es proporcionar información detallada sobre los costos que realiza la empresa en la elaboración de sus productos y la prestación de sus servicios.

Respecto a la teoría de costos, se presenta conceptos unificadores en base a métodos ya establecidos, desarrollando conceptos acordes a las ciencias financieras, en especial la contabilidad de costos. Posteriormente se desarrolla de manera secuencial y respetando un orden cronológico los presupuestos, a fin de obtener parámetros objetivos en los costos de producción los cuales determinan la factibilidad eficiente de una empresa de comida rápida.

El análisis del sistema de costos y en específico los costos de producción en una empresa de comida rápida en sector de la gastronomía es de suma importancia, considerando que se determina realmente cuanto es la inversión de producción en la elaboración de su producto final, con una precisión de un 90% respecto al costo real, con este criterio se obtiene de una manera eficaz y eficiente la producción. Concluyendo que los costos de producción deberán estar presente en cualquier empresa de comida rápida para un presupuesto optimo en su productividad.

## INDICE

	Pagina
1. INTRODUCCIÓN .....	1
2. ASPECTOS METODOLÓGICOS DE ANÁLISIS .....	2
2.1. OBJETIVO GENERAL.....	2
2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	2
2.3 JUSTIFICACIÓN .....	2
2.4. ALCANCE .....	3
2.5. NIVEL DE INVESTIGACIÓN.....	3
2.6. TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN .....	3
II MARCO TEÓRICO.....	4
2.1. LOS COSTOS EN LA CONTABILIDAD .....	4
2.2. CONCEPTO DE COSTO .....	4
2.3. CONCEPTO DE GASTOS.....	4
2.3.1. Diferencia entre Costo y Gasto.....	5
2.3.2. Definición de la Contabilidad de Costos .....	5
2.4. CLASIFICACIÓN DE COSTOS .....	6
2.4.1. De acuerdo con la función en la que incurren .....	6
2.4.2. De acuerdo con su identificación con una actividad departamento o producto .....	7
2.4.3. De acuerdo con el tiempo en que fueron calculados .....	7
2.4.4. De acuerdo con el tiempo en que se cargan o enfrentan a los ingresos .....	7
<b>2.4.5. De acuerdo con el control que se tenga sobre la ocurrencia de un costo ..</b>	<b>8</b>
2.4.6. De acuerdo con su comportamiento .....	8
2.4.7. De acuerdo con su importancia para la toma de decisiones .....	9
2.5. COSTOS DE PRODUCCIÓN .....	9
2.6. ELEMENTOS DE COSTOS DE PRODUCCIÓN.....	9
2.6.1. Materia prima directa (MPD). .....	9
2.6.2. Mano de obra directa (MOD). .....	9
2.6.3. Gastos indirectos de fabricación (GIF).....	10
2.7. LOS COSTOS EN LA PLANEACIÓN Y CONTROL .....	10
2.7.1. Inventario de Materia Prima .....	10

2.7.2. Inventarios de Productos En Proceso .....	11
2.7.3. Inventarios de Productos Terminados.....	11
2.7.4. Materiales en Transito.....	11
2.7.5. Productos en Proceso.....	11
2.7.6. Proceso o Departamento .....	11
2.8. SISTEMA DE COSTO POR PROCESO .....	11
2.9. APLICACIÓN DE LA CLASIFICACION DEL COSTO .....	13
2.9.1. Costo De Producción .....	13
2.9.2. Costo Directo.....	14
2.9.3. Costo De Conversión .....	14
2.9.4. Costos de Operación .....	14
2.9.5. Costos Total.....	14
2.10. LOGÍSTICA INTERNA .....	15
2.10.1. Operaciones y Producción.....	15
2.11. ELEMENTOS DEL COSTO INVENTARIABLES.....	17
2.11.1. Determinación de precios de los elementos de costo.....	18
2.12. Relación con los estados financieros .....	19
2.12.1. Relación del balance general con el flujo de costos .....	20
<b>2.12.2. Relación de flujos de costos con el estado de pérdidas y ganancias .....</b>	<b>20</b>
2.12.3. Relación del flujo de costos con el estado de cambios en el patrimonio neto .....	20
III MARCO PRACTICO.....	20
3.1. DEFINICIÓN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN: .....	20
3.2. TIPOS DE COSTOS DE PRODUCCIÓN.....	21
3.3. IMPORTANCIA DEL CONTROL DE COSTOS:.....	22
3.4. FACTORES ESPECÍFICOS DE LA PAZ A CONSIDERAR:.....	23
3.5. ANÁLISIS DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN EN EL RESTAURANTE “EL CARBÓN” .....	23
3.5.1. Costos de Materia Prima .....	23
3.5.2. Costos de Mano de Obra:.....	26
3.5.3. Costos Indirectos de Producción: .....	28
3.5.4. Libro diario datos proporcionados por el propietario: .....	32
3.5.5. Libro diario con datos propuestos:.....	32
3.5.6. Determinación del precio de venta con la propuesta:.....	32
3.5.7. Estado de resultados con datos propuestos.....	34

3.6. PROCESO PRODUCTIVO DE LA EMPRESA GASTRONÓMICA POLLOS A LA LEÑA EL CARBÓN .	34
3.6.1. Costos Operativos y Administrativos:.....	35
3.6.2. Costos Operativos y Administrativos en una Empresa Gastronómica .....	35
3.6.3. Costos de Marketing y Publicidad .....	35
3.6.4. Selección de Proveedores. ....	37
3.6.5. Gestión de Inventarios. ....	40
3.6.5. Prácticas para una buena gestión de inventarios .....	41
4. CONCLUSIONES .....	41
BIBLIOGRAFÍA.....	43
ANEXOS .....	51

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Costos de Materia Prima .....	24
Tabla 2. Proceso 1 .....	24
Tabla 3. Mano de Obra Directa .....	25
Tabla 4. Proceso 2 .....	25
Tabla 5. Proceso 3 .....	26
Tabla 6. Costos de Mano de Obra Directa .....	28
Tabla 7. mano de Obra Indirecta.....	29
Tabla 8. Costos indirectos de producción .....	29
Tabla 9. Cuadro comparativo entre situación actual y propuesta para de los costos de producción.....	31



# **COSTOS DE PRODUCCIÓN DE UNA EMPRESA GASTRONÓMICA DE COMIDA RÁPIDA EN LA CIUDAD DE LA PAZ**

## **1. INTRODUCCIÓN**

En el competitivo mercado de la comida rápida, los pollos a la leña ganaron popularidad gracias a su peculiar combinación de sabor artesanal y su modo de preparación tradicional. Este tipo de negocios se distinguen por ofrecer productos de alta calidad, cocinados lentamente con leña, lo cual les otorga un sabor único que atrae a un número creciente de consumidores. Sin embargo, para mantener la competitividad y la rentabilidad en un entorno de constante crecimiento, se debe considerar los márgenes de ganancia que en la actualidad son muy estrechos, por lo tanto, es fundamental que los propietarios de estos negocios comprendan y gestionen de manera eficiente los costos de producción.

Por lo tanto, el presente trabajo informe tiene como objetivo central el dar a conocer cuando una empresa que no lleva un sistema de costos de manera correcta y real, no logra determinar con exactitud la verdadera inversión que realiza para obtener sus productos, en tal sentido se debe establecer como premisa fundamental el aplicar los costos de producción con toda su metodología sistemática, de esta forma establecer acciones que generen una perspectiva de un control continuo y eficiente.

Finalmente se muestra la necesidad de identificar y optimizar los costos DE PRODUCCIÓN para asegurar UNA EFICAZ Y EFICIENTE PRODUCTIVIDAD y contribuir en parte el crecimiento del negocio. A través de este análisis, se busca proporcionar a los propietarios de negocios similares, las herramientas y estrategias que les permita tomar decisiones informadas, y de esa manera mejorar sus márgenes de ganancia y sostener la calidad del producto sin incurrir en costos excesivos.

## **2. ASPECTOS METODOLÓGICOS DE ANÁLISIS**

El método que se utiliza es el descriptivo, el cual tiene como objetivo describir las características fundamentales de conjuntos homogéneos, utilizando para ello criterios sistemáticos que permitan establecer la estructura o el comportamiento de los fenómenos de un estudio, proporcionando información sistemática y comparable con la de otras fuentes.

### **2.1. OBJETIVO GENERAL**

Analizar el sistema de costos de producción en una Empresa de comida rápida a fin de proponer un modelo de costos oportuna y confiable.

### **2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Sistematizar los fundamentos teóricos y relacionados al sistema de costos.
- Identificar la estructura de costos de las Empresas Gastronómicas de comida rápida.
- Proponer el diseño de los costos de producción de la Empresa de comida Rápida.

### **2.3 JUSTIFICACIÓN**

El presente trabajo informe responde a la necesidad de que las empresas de comida rápida que no cuentan con un cálculo de costo de producción, los costos se realizan al tanteo y no registran la totalidad de los gastos incurridos, por lo que existe el riesgo de tener pérdidas en la venta final de sus productos, por lo que, necesariamente se debe establecer formas de costeo para lograr avances en el sector gastronómico; aplicando el modelo de costos que ayudara como guía al empresario en cuanto a la producción y el desarrollo de la empresa.

A partir de estas premisas verificar en el mercado que la producción eficiente se logra a partir de medidas establecidas tomando decisiones oportunas y veraces.

## **2.4. ALCANCE**

El trabajo informe se enmarca principalmente en analizar la importancia de los costos de producción y costos de materia, de esta forma realizar un estudio minucioso del sector gastronómico de la comida rápida; este modelo en la práctica es para describir su costo y conteo, llevando el conocimiento a la práctica de los costos en la planeación, costos unitarios y precio del costo de producción.

Por lo tanto, este trabajo informe tiene un aspecto de control, estadística y métrica propios de la contabilidad y en específico de la contabilidad de costos.

## **2.5. NIVEL DE INVESTIGACIÓN**

- a) **Nivel descriptivo:** referir de manera precisa y detallada las características y propiedades de los costos, donde la meta será precisar de forma completa los pasos a seguir, se considera y analiza los datos obtenidos por medio de técnicas descriptivas, lo cual permite conocer a profundidad las características, luego intentar comprenderlo explicarlo y controlarlo.

## **2.6. TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN**

La información se obtuvo a partir de la revisión de la documentación, registros, informes y libros; investigaciones de observación registrando para su posterior análisis de forma minuciosa y también con el conocimiento y experiencia que se tiene en la administración del sector gastronómico y anexar por medios virtuales y libros virtuales, también es muy relevante el conocimiento que se profundizó en la universidad por los años estudiados en la carrera de Contaduría Pública de la facultad Ciencias Económicas y Financieras.

## **II MARCO TEÓRICO**

### **2.1. LOS COSTOS EN LA CONTABILIDAD**

“Los costos en la contabilidad son fundamentales para lograr entender como una empresa invierte dinero en productos y servicios”. (Magne y Jordan, 2012)

Es decir, si consideramos que el primer paso que se impondría es la inversión y de los ingresos corresponderá a determinar el costo, ya que se invirtió en maquinarias, locales, terrenos, herramientas, edificios, materiales mano de obra y otros.

Una vez que los productos se llevan al mercado, entonces corresponde saber cuánto se invirtió para lograr sus ingresos. Además, es importante conocer con que inversión cuenta la empresa, ya sea en un almacén con productos aun no terminados y también es importante el costo de los productos vendidos, esto muestra en detalle lo que se gastó y lo que se ganó.

### **2.2. CONCEPTO DE COSTO**

Es la inversión que se emplea para producir y luego llevarlo al mercado del cual recibimos un ingreso y beneficio en términos de unidades monetarias.

“El costo se define como la medición en términos monetarios, de la cantidad de recursos usados para algún propósito u objetivo, tal como un producto comercial ofrecido para la venta general o un proyecto de construcción. Los recursos emplean materia prima, materiales de empaque. Horas de mano de obra trabajada, prestaciones, personal salariado de apoyo, suministros y servicios comprados y capital atado en inventario, terrenos edificios y equipo”. (Polimeni y Fabozzi, 2014)

### **2.3. CONCEPTO DE GASTOS**

El término "gasto" es un concepto esencial que se diferencia de los costos, aunque ambos están estrechamente relacionados. Comprender la naturaleza de los gastos es crucial para una gestión financiera efectiva y para evaluar la salud financiera de una empresa.

“Un gasto se refiere a la disminución de recursos económicos que una empresa incurre en sus operaciones diarias para mantener y respaldar sus actividades comerciales”. (Aguirre, Barona y Davila, 2018) A diferencia de los costos, que están directamente relacionados con la producción de bienes o servicios, los gastos abarcan una amplia gama de desembolsos que son necesarios pero no están directamente ligados a la producción en sí. Los gastos son, en su mayoría, costos indirectos.

### **2.3.1. Diferencia entre Costo y Gasto**

“El costo hace referencia a los desembolsos que está asociado directamente con la producción. Asimismo, están relacionados directamente con la generación de ingresos”. (Orellana, 2014)

“El gasto son los desembolsos que no está vinculado directamente con la producción, está más relacionado con la parte administrativa como también las ventas”. (Polimeni y Fabozzi, 2014)

### **2.3.2. Definición de la Contabilidad de Costos**

“La contabilidad de costos es un proceso ordenado que usa los principios generales de contabilidad para registrar los costos de operación de un negocio de tal manera que, con datos de producción y ventas, la gerencia puede usar las cuentas para averiguar los costos de producción y los costos de distribución, ambos por unidad y en total de uno o de todos los productos fabricados o servicios prestados, y los costos de otras funciones diversas de la negociación, con el fin de lograr una operación económica, eficiente y productiva”. (Hinojosa Rodríguez, 2018)

La contabilidad de costos nos proporciona información relevante para: La planeación, control de operaciones, políticas de largo y corto plazo, evaluación de inventarios, fijación de precios, cálculo de utilidades etc.

## 2.4. CLASIFICACIÓN DE COSTOS

### 2.4.1. De acuerdo con la función en la que incurren

- **Costos de producción:** Son los que se generan en el proceso de transformar la materia prima en productos terminados. Se subdividen en costos de materia prima, de mano de obra e indirectos de fabricación:
  - **Costos de materia prima:** El costo de materiales integrados al producto, Por ejemplo, la mata utilizada para producir cerveza, el tabaco para producir cigarro, etc.
  - **Costos de mano de obra:** Es el costo que interviene directamente en la transformación del producto. Por ejemplo, el sueldo del mecánico, cocinero, etc.
  - **Gastos indirectos de fabricación:** Son los costos que intervienen en la transformación de los productos, con excepción de la materia prima y la mano de obra directa. Por ejemplo, el sueldo del supervisor, mantenimiento, depreciación, etc. (Cashin, 2016)
- **Costos de distribución o venta:** Son los que se incurren en el área que se encarga de llevar el producto desde la empresa hasta el último consumidor; por ejemplo, publicidad, comisiones, etc.
- **costos de administración:** Son los que se originan en el área administrativa (sueldos, teléfono, oficinas generales, etc.). Esta clasificación agrupa los costos por funciones, lo cual facilita cualquier análisis que se pretenda realizar.
- **Costos de financiamiento:** Son los que se originan por el uso de recursos ajenos, que permiten financiar el crecimiento y desarrollo de las empresas. (Cashin, 2016)

#### **2.4.2. De acuerdo con su identificación con una actividad departamento o producto**

- **Costos directos:** Son los que se identifican penamente con una actividad, departamento o producto. En este concepto se cuenta el sueldo correspondiente a la secretaria del director de ventas, que es un costo directo para el departamento de ventas; la materia prima es un costo directo para el producto, etcétera.
- **Costo indirecto:** Es el que no se puede identificar con una actividad determinada, Por ejemplo, a depreciación de la maquinaria o el sueldo del director de producción respecto al producto. Algunos costos son duales; es decir, son directos e indirectos al mismo tiempo. El sueldo del gerente de producción ese directo para los costos del área de producción, pero indirecto para el producto. Como se puede apreciar, todo depende de la actividad que se esté analizando.

#### **2.4.3. De acuerdo con el tiempo en que fueron calculados**

- **Costos históricos:** Son los que se produjeron en determinado periodo: los costos de los productos vendidos, los costos de los que se encuentran en proceso. Estos son de gran ayuda para predecir el comportamiento de los costos predeterminados.
- **Costos predeterminados:** Son los que se estiman con base estadística y se utilizan para elaborar presupuestos.

#### **2.4.4. De acuerdo con el tiempo en que se cargan o enfrentan a los ingresos**

- **Costos de periodo:** Incurre el gasto en el momento por un determinado lapso de tiempo y fue utilizado ese momento muy aparte de los productos o servicios; por ejemplo, el alquiler de las oficinas de la empresa, cuyo costo se lleva en el periodo en que se utilizan las oficinas, al margen de sus ventas o productos.
- **Costos de producción:** Son los que se llevan contra los ingresos únicamente cuando han contribuido a generarlos en forma directa; es decir, son los costos de los productos que se han vendido, sin importar e tipo de

venta, de tal suerte que los costos que no contribuyeron a generar ingresos en un periodo determinado quedaran inventariados.

#### **2.4.5. De acuerdo con el control que se tenga sobre la ocurrencia de un costo**

- **Costos controlables:** Son aquellos sobre los cuales una persona, de determinado nivel, tiene autoridad para realizarlos o no. Por ejemplo, los sueldos de los directores de ventas en las diferentes zonas son controlables por el director general de ventas el sueldo del secretario, por su jefe inmediato, etc.
- **Costos no controlables:** En algunas ocasiones no se tiene autoridad sobre los costos en que se incurre, tal es el caso de la depreciación del equipo para el supervisor, ya que dicho gasto fue una decisión tomada por la alta gerencia.

#### **2.4.6. De acuerdo con su comportamiento**

- **Costos variables:** Son los que cambian o fluctúan en relación directa con una actividad o volumen dado. Dicha actividad puede ser referida a producción o ventas: la materia prima cambia de acuerdo con la función de producción, y las comisiones de acuerdo con las ventas
- **Costos fijos:** Son los que permanecen constantes durante un rango relevante de tiempo o actividad, sin importar si cambia el volumen, como sería el caso de los sueldos, la depreciación en línea recta y el alquiler de un edificio. Dentro de los costos fijos, existen dos categorías, Por un lado, se encuentran los costos fijos discrecionales, que son aquellos que son susceptibles de ser modificados, como por ejemplo los sueldos y salarios, por otro lado, están los costos fijos comprometidos, que son los que no aceptan modificaciones, por lo cual también son llamados costos sumergidos. En esta última categoría entraría la depreciación de la maquinaria y contratos a largo plazo de arrendamiento.
- **Costos semivariables:** También conocidos como "semifijos o mixtos, estos costos tienen como característica que están integrados por una parte fija y una variable. El ejemplo típico son los servicios públicos como electricidad y



teléfono, que cobran una cuota fija por servicio más un costo variable por uso del servicio (wifi, minutos de llamadas).

#### **2.4.7. De acuerdo con su importancia para la toma de decisiones**

- **Costos relevantes:** Son aquellos que se modifican o cambian de acuerdo con la opción que se adopte; también se les conoce como costos diferenciales. Por ejemplo, cuando se produce la demanda de un pedido especial y existe capacidad ociosa; en este caso los únicos costos que cambian, si se acepta el pedido, son los de materia prima, energéticos, fletes, etc. La depreciación del edificio permanece constante, por lo que los primeros son relevantes, y el segundo irrelevante para tomar la decisión.
- **Costos irrelevantes:** Son aquellos que permanecen inmutables, sin importar quienes son nuestros clientes, cuáles son los productos sustitutos, cual es recursos críticos, efectivo es suficiente.

### **2.5. COSTOS DE PRODUCCIÓN**

“Los costos de producción son los que se generan en el proceso de transformar la materia prima en productos terminados. Se subdividen en costos de materia prima, de mano de obra e indirectos de fabricación”. (León, 2014)

### **2.6. ELEMENTOS DE COSTOS DE PRODUCCIÓN**

#### **2.6.1. Materia prima directa (MPD).**

“El conjunto de los materiales que serán sometidos a transformación durante el proceso productivo, y que pueden ser identificados o cuantificados plenamente con los productos terminados”. (Valencia, 2010, pág. 55)

Los costos de los ingredientes básicos como pollo especias, sal, salsas, y otros, son una parte considerable del costo total. Que este producto se readequa dependiendo de la temporada y lugar.

#### **2.6.2. Mano de obra directa (MOD).**

“El conjunto de gastos que involucra contratar trabajadores: salarios, prestaciones, obligaciones contractuales y sindicales, etc., que al final se pueda

identificar o cuantificar con los productos terminados”. (Zeballos R. S., 2012, pág. 61)

### **2.6.3. Gastos indirectos de fabricación (GIF).**

También llamados cargos indirectos, son aquel conjunto de costos, que, aunque intervienen en el proceso productivo, no pueden cuantificarse o identificarse plenamente con la elaboración de partidas contables específicas.

## **2.7. LOS COSTOS EN LA PLANEACIÓN Y CONTROL**

“La Planeación comprende la selección de los objetivos de una empresa, determinando predicción de los resultados de acuerdo a los escenarios que permita alcanzar los objetivos”. (Gutierrez, 2014, pág. 71) En la planeación el presupuesto se constituye la expresión cuantitativa en términos monetarios y en unidades de los volúmenes de ventas, permite dirigir a la empresa para alcanzar el éxito propuesto.

“El control se ha constituido en emprender acciones la toma de decisiones, además de medir el desempeño de la empresa proporciona la retroalimentación que ayude a corregir y a tomar decisiones en el futuro”. (Magne y Jordan, 2012, pág. 76)

Dentro de la planificación en la contabilidad de costos es importante precisar las cuentas que registrarán los movimientos de las operaciones de una empresa dentro de una industria, entre las principales están:

### **2.7.1. Inventario de Materia Prima**

“La cuenta de inventario de materiales registra los movimientos de entrada y salidas de los materiales, materias primas, accesorios y suministros que forman parte de un producto acabado”. (Cashin, 2016, pág. 49)

Esta cuenta será debitada por la adquisición de los materiales, las devoluciones por parte del departamento de producción y otros, será acreditada por la transferencia al departamento de producción para la elaboración de un producto acabado o semiacabado, también se acredita por las devoluciones al proveedor por no cumplir con lo requerido.

### **2.7.2. Inventarios de Productos En Proceso**

“La cuenta de Productos en Proceso registra la valuación del producto acabado, debitándose cuando se conozca la valuación final del producto se acreditará cuando la producción es transferida a otro departamento producción o bien a conclusión como producto terminado”. (Orellana J. , 2019, pág. 58)

### **2.7.3. Inventarios de Productos Terminados**

Esta cuenta registra transferencias de la producción a los almacenes como productos acabados, debitándose por la transferencia como producto acabado y se abona cuando se realiza la venta de los mismos

### **2.7.4. Materiales en Transito**

La compra de materiales se efectúa en mercados locales y mercados extranjero, y se acredita a la llegada de los materiales

### **2.7.5. Productos en Proceso**

Esta cuenta es utilizada en las empresas industriales que utiliza el sistema de costos por órdenes específicas, siendo el costo de forma global, esta cuenta es debitada por el costo incurrido en el proceso productivo (materiales, mano de obra y gastos indirectos) y acreditará cuando es transferido al costo de producción terminada

### **2.7.6. Proceso o Departamento**

Esta cuenta es utilizada cuando el sistema de costos es por proceso, a su denominación se adiciona el nombre del proceso, la cuenta se debita los costos incurridos en materiales, mano de obra, gastos indirectos de fabricación y se acreditará cuando es transferido a otro proceso o al costo de producción terminada.

## **2.8. SISTEMA DE COSTO POR PROCESO**

“Es un método llamado también costo por procesos o por departamentos es un sistema de acumulación donde los costos incurridos se acumulan por departamentos”. (Zeballos R. , 2012, pág. 77) Este sistema se usa cuando existe una gran cantidad de producción continua y semejante, como su nombre lo indica

se realiza por departamento porque en esa división realiza por separado y en gran magnitud ese trabajo.

**a) En cuanto a la producción**

Cuando es por órdenes es por lotes o pedidos y el proceso es continuo.

**b) En cuanto al producto**

Por órdenes son especificados por los clientes, los procesos son homogéneos

**c) En cuanto la elaboración**

Por órdenes se realiza previo pedido, los procesos son continuo. (Zeballos R. S., 2012)

**En Canto a la Acumulación de su Costo**

- ✓ Por órdenes se acumula por órdenes de trabajo específico
- ✓ Por procesos se acumula por departamentos o centros de costos (Zeballos R. S., 2012, pág. 82)

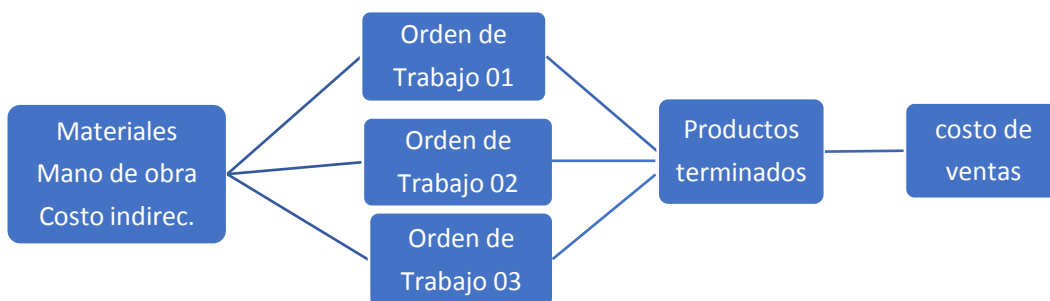
**En Cuanto a su costo unitario**

- ✓ Por órdenes se determina al concluir cada trabajo
- ✓ Por procesos se determina por departamentos y al final de cada periodo. (Zeballos R. S., 2012)

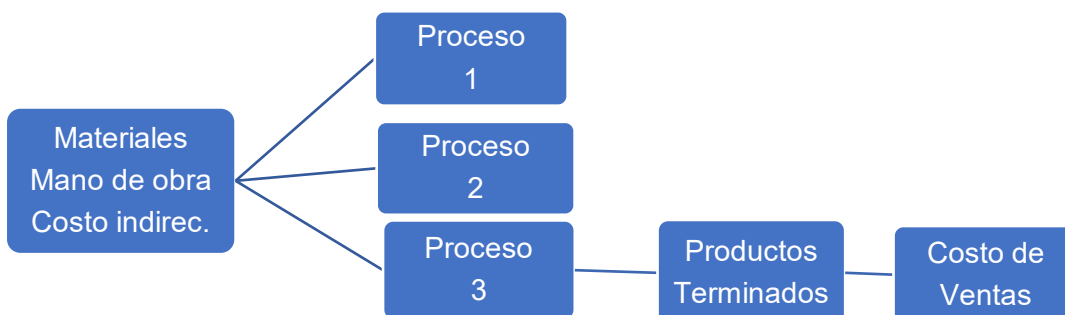
Ambos sistemas de acumulación se estudiarán independientemente más adelante.

A continuación, se presenta gráficamente la forma de acumulación de costos entre ambos métodos.

## COSTEO POR ÓRDENES DE TRABAJO



## COSTEO POR PROCESOS



### **2.9. APLICACIÓN DE LA CLASIFICACION DEL COSTO**

“El número de partes presente en un producto, el número de partes es el causante del costo del diseño del producto”. (Gutierrez, 2014, pág. 69) Su fórmula será:

$$\text{CPMP} + \text{MD} + \text{CIF}$$

#### **2.9.1. Costo De Producción**

“Los costos de producción son fundamentales para calcular el costo total de producción de un bien o servicio y son cruciales para la determinación de precios y para la evaluación de la rentabilidad”. (Magne y Jordan, 2012, pág. 84) Existe la relación causa y efecto, por ejemplo, si los costos de diseño cambian con el número

de partes presente en un producto, el número causa cambios en el costo del producto. Su fórmula será:

$$CPMP + MD + CIF$$

### **2.9.2. Costo Directo**

“El costo directo llamado también costo primo representa la relación entre la materia prima y la mano de obra del trabajador”, es decir, la transformación de la materia prima en productos terminados por medio de la mano de obra directa. (Cashin, 2016, pág. 93)

Los costos directos están relacionados con el objeto del costo y pueden ser examinados y asignados de manera económica factible:

$$CDMP + M$$

### **2.9.3. Costo De Conversión**

“La materia prima para ser transformada en producto terminado requiere de la mano de obra y de otros elementos como ser mano de obra indirecta y otros materiales razón por la cual se tiene la siguiente relación”. (León, 2014)

$$CCMD + GIF$$

### **2.9.4. Costos de Operación**

En toda industria se requiere recursos para llevar el producto al cliente.

Como ser:

- Gastos administrativos. GA
- Gastos comercialización CC
- Gastos financieros GF

$$COGA + GC + GF$$

### **2.9.5. Costos Total**

$$COGA + GC + GF$$

“El costo total representa la sumatoria de todos los costos incurridos en proceso de transformación y de llevar el producto al mercado”. (Zeballos R. S., 2012, pág. 94)

**CTCP + CO**

Precio de venta

**PV = CT + MC**

**PF = PV + 1**

**PF = 14,94%**

## **2.10. LOGÍSTICA INTERNA**

- **Logística Interna:**

- Actividades relacionadas con la calidad de la recepción, almacenamiento y distribución de materias primas u otros insumos, también se incluyen las actividades de manejo de materiales, control de inventarios o devolución a los proveedores.

### **2.10.1. Operaciones y Producción**

- **Operaciones / Producción:** “Actividades relacionadas con la transformación de las materias primas en productos finales terminados (maquinado, ensamble mantenimiento de equipo etc.)”. (Orellana J. , 2019, pág. 99)

Para que las actividades de producción añadan valor, la producción debe ser lo más rápida posible y sin defectos, y que exista una gran capacidad para produce según las especificaciones del cliente

- **Logística Externa:** “Actividades asociadas con la recopilación almacenamiento y distribución física del producto, a los compradores También se pueden incluir actividades de almacén de productos terminados, manejo de materiales, operación de vehículos de entrega, etc.”. (Orellana J. , 2019)

Se podrá generar valor añadido cuando la entrega es rápida, cuando las órdenes de pedidos siguen un proceso eficiente, o cuando existe un inventario suficiente para atender pedidos inesperados.

- **Ventas y Marketing:** “Actividades encaminadas a proporcionar un medio por el cual los clientes pueden comprar el producto o servicio e inducirlos a hacerlo. Los medios para ello se encuentran en una publicidad que refuerce la reputación de la marca, una fuerza de ventas eficaz que existe reputación de calidad y una óptima elección del canal de distribución”. (Zeballos R. S., 2012)

Apoyo a las ventas y servicio al cliente: Actividades relacionadas con la prestación de servicios para mantener el valor del producto, como instalación, reparación y mantenimiento. La generación de valor se manifiesta en un buen entrenamiento de los clientes, reparaciones rápidas y fiables, disponibilidad de recambios, en formación de agentes comerciales o en crédito a los clientes.

### **Actividades de apoyo o auxiliares:**

“Las Actividades de Apoyo o Auxiliares son aquellas actividades que dan soporte a las actividades primarias y se apoyan entre sí, proporcionando materias primas, tecnología, recursos humanos y varias funciones de la empresa”. (Orellana J. F., 2014, pág. 103)

Es decir, su principal objetivo es incrementar la eficiencia de las Actividades Principales y del proceso de creación de valor estas actividades son las siguientes:

- **Infraestructura:** Consiste en varias actividades, en las que se incluyen las de administración, planificación, contabilidad, asuntos legales, finanzas, asuntos legales y gubernamentales.

Apoya normalmente a toda la Cadena

- **Investigación, Desarrollo y Diseño:** Cada actividad generadora de valor representa tecnología, ya sea a través de conocimientos ("know-how") procedimientos o a través de la tecnología dentro del proceso. Se consigue diferenciación cuando se diseña un producto con características únicas,



cuando hay un rápido desarrollo de nuevos productos o cuando existe un diseño que favorece la fiabilidad y el servicio.

- **Recursos Humanos:** Son actividades implicadas en la búsqueda, contratación, formación y desarrollo de todo el personal de la empresa. Es decir, lo que administración se denomina "integración del personal".
- **Abastecimiento** Se refiere a la función de compra de materias primas utilizadas en la cadena de valor, incluyendo la adquisición de activos, siendo importante los insumos se asocien con las actividades primarias Para poder conseguir una ventaja en esta actividad, se deben concentrar las compras en menos proveedores, a fin de incrementar el poder, de negociación y conseguir mejores condiciones comerciales, o implantar el sistema "just-in-time", reduciendo así los costes de mantenimiento del inventario

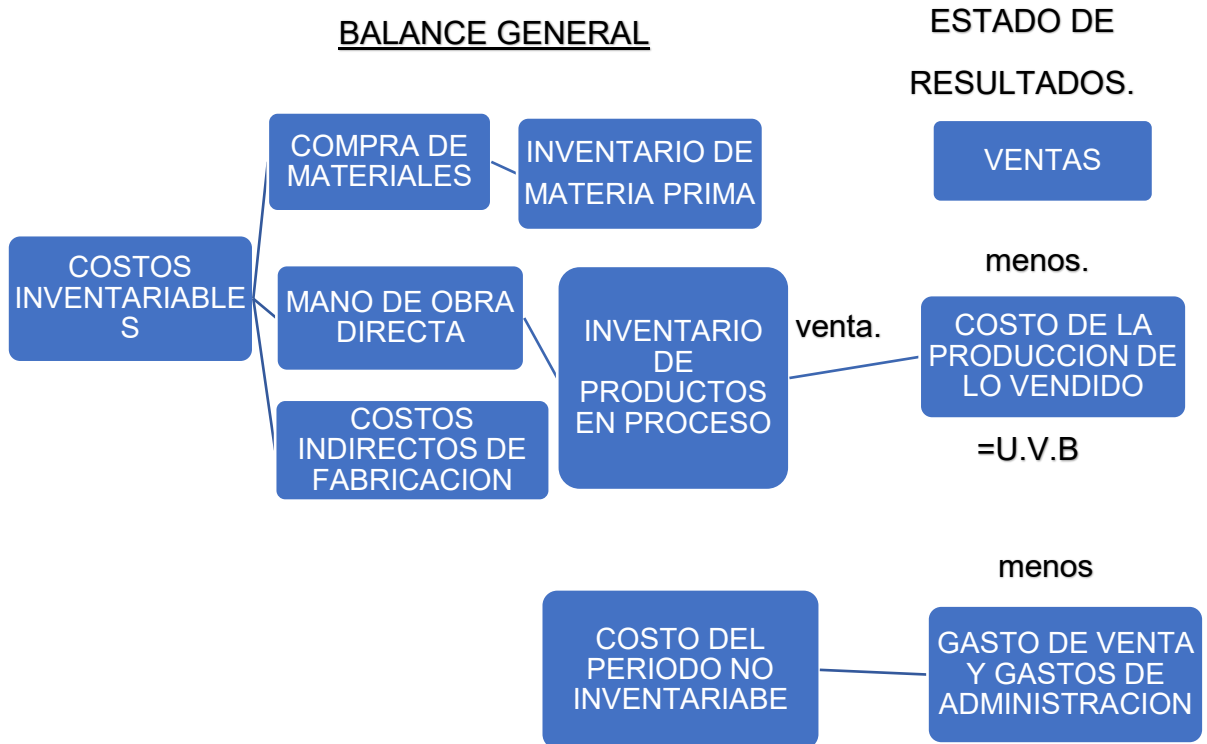
## 2.11. ELEMENTOS DEL COSTO INVENTARIABLES

“Los costos del producto son compras de mercancías para una entidad costos de producción para una entidad son compras de materia prima. mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación cuando se encuentran en proceso de transformación son denominados también costos inventariables”. (Valencia, 2010, pág. 97)

Los costos de producción son los que se encuentran en el inventario en el momento en que se incurren en ellos y se convierten en gasto cuando se realiza su venta y esto puede ocurrir en algún momento después de su producción.

“Los Costos del Periodo son gastos que se incurren no pasan por etapas de inventarios siempre se llevan a gastos en el mismo periodo en el que se incurren; no pasan por etapa de inventarios, y son denominados costos no inventariables por ejemplo los gastos de venta y los gastos de administración”. (Polimeni y Fabozzi, 2014, pág. 97)

A continuación, se muestra un gráfico de los costos inventariables y no inventariables:



### 2.11.1. Determinación de precios de los elementos de costo

El producto está compuesto por 3 elementos y se determina el:

- Precio de factura basado su utilidad en el precio de costo.
- Precio de factura basado su utilidad en el precio de venta.
- Costos de producción

Este proceso de producción donde se determina cuanto de materia prima mano de obra y costos indirectos de producción incurrieron en un presupuesto o gasto.

- Precio de venta

“El precio de venta es el beneficio que se le otorga al vendedor, colocando su precio final que va hacia su cliente y tomando en cuenta los costos de producción que incluyen materias primas, mano de obra y gastos generales, el margen del beneficio y el porcentaje que el vendedor coloca en su producto”. (León, 2014, pág. 69)

Sus competidores, demanda de mercado el cual fija y propone en el mercado su precio, posicionamiento de marca y estrategias de mercadotecnia.

- Precio de factura

“Se denomina precio de factura donde se encuentra consignado el impuesto que se debe pagar por unidad vendida, el cual es el precio de venta donde se lo ha incrementado los impuestos de ley”. (Hinojosa Rodríguez, 2018, pág. 87)

- Utilidad

“La utilidad es aquel beneficio que el vendedor desearía ganar por unidad vendida aunque vale recalcar que esta utilidad lo determina la oferta y demanda en el mercado”. (Orellana J. , 2019, pág. 105)

- Impuesto

“Es el valor en términos de unidades monetarias que se paga por unidad vendida que lo impone las leyes, dicho impuesto generalmente el vendedor lo traspassa al comprador, es decir, quien lo paga es el comprador”. (Cashin, 2016, pág. 79)

## **2.12. Relación con los estados financieros**

“Los estados financieros demuestra la salud financiera de una empresa y que se desarrollara independientemente de un riesgo, ya sea mostrando el camino correcto de obtener ganancia o pérdida, pero nos mostrara la situación que se encuentra nuestra empresa”. (Valencia, 2010, pág. 92)

Los estados financieros son informes contables que demuestran la situación económica y financiera.

### **2.12.1. Relación del balance general con el flujo de costos**

El balance general es la que muestra la situación de la empresa y con respecto al flujo de costos, se presenta 3 fases:

- Almacenamiento de materias primas
- Proceso de fabricación de las materias primas
- Almacenamientos de los productos terminados.

### **2.12.2. Relación de flujos de costos con el estado de pérdidas y ganancias**

El estado de pérdidas y ganancias, está compara las utilidades y las pérdidas y analiza este contexto en cuanto a un tiempo determinado con relación al flujo de costos, lo que reflejara serán los ingresos y los gastos que se originan de la materia prima mediante las tres fases.

### **2.12.3. Relación del flujo de costos con el estado de cambios en el patrimonio neto**

“Es el estado que suministra información acerca del valor del patrimonio neto y como varia como consecuencia de las transacciones y el resultado de la gestión”. (Zeballos R. S., 2012)

Relacionando con el flujo de costos, en cada una de las fases, distinguimos cuanto varía el patrimonio de la empresa de acuerdo al movimiento de la materia prima de cuanto ingresan y salen.

## **III MARCO PRACTICO**

Propuesta para la solución de un problema que se presenta en la empresa gastronómica “El Carbón”.

Previamente se presenta algunos conceptos y teoría importantes relacionadas a los costos que se debe considerar en el rubro gastronómico.

### **3.1. DEFINICIÓN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN:**

Dentro de este acápite se ve que en el sector gastronómico existe una variabilidad en sus costos para producir dependiendo de donde efectúan o extraen

la materia prima y de que proveedores dependen. Enfocaremos un plato específico de toda la gama de platos tradicionales o exóticos que se ofrecerían en esta unidad.

### **3.2. TIPOS DE COSTOS DE PRODUCCIÓN**

a) Sistema de costos por órdenes de producción

Sistema de costeo por órdenes de producción: Ideal para productos personalizados o en pequeñas cantidades.

b) Sistemas de Costeo:

Este sistema te ayuda a este sector gastronómico a verificar analizar la situación del negocio desde su rentabilidad, su sostenibilidad, identificar áreas donde puede reducir gastos y mejorar la eficiencia, tener la certeza de cuanto cobrar, adecuándonos al mercado y competencia; nos ayuda a cumplir la parte tributaria, así evitar multas y sanciones y lo cual se llevaría un control exhaustivo de la contabilidad, también llevar un software contable y su presupuesto asesoramiento profesional para buscar estrategias de mercado y también revisar periódicamente.

Sistemas de costeo más comunes para la industria gastronómica:

c) Sistema de costeo por procesos:

Aplicable para grandes volúmenes de productos similares.

d) Costeo por absorción:

Esta se acomoda a empresas medianas y pequeñas

e) Costeo variable:

Solo considera los costos variables en el costo unitario. Los costos fijos se tratan como gastos del periodo.

f) Costeo directo:

Similar a la variable, pero con algunas diferencias en la asignación de costos indirectos.

g) Costeo Variable:

“El costeo variable es un método de contabilidad que solo considera los costos que varían directamente con el nivel de producción rápida”. (Valencia, 2010)

h) Toma de decisiones a corto plazo:

Es ideal para evaluar la rentabilidad de diferentes productos o promociones a corto plazo.

i) Costeo Basado en Actividades (ABC).

Costeo Basado en Actividades (ABC) en una Empresa Gastronómica de Comida Rápida en La Paz, Bolivia

“El Costeo Basado en Actividades (ABC por sus siglas en inglés) es una metodología de contabilidad de costos que busca asignar los costos indirectos a los productos o servicios de manera más precisa que los métodos tradicionales”. (Zeballos R. S., 2012). En lugar de asignar los costos indirectos en función de un solo factor (como las horas de mano de obra directa), el ABC identifica las actividades que generan esos costos y asigna los costos a los productos o servicios en función del consumo de esas actividades.

### **3.3. IMPORTANCIA DEL CONTROL DE COSTOS:**

“El control de costos en una empresa gastronómica, especialmente en el dinámico sector de la comida rápida, es fundamental para garantizar su sostenibilidad y crecimiento”. (Cashin, 2016, pág. 88) En el contexto de La Paz, Bolivia, con su creciente demanda de opciones rápidas y económicas, este control se vuelve aún más crucial.

- Importancia para la Maximización de Utilidades:
  - Fijación de Precios Competitivos
  - Toma de Decisiones Informadas

“Un sistema de control de costos sólido permite tomar decisiones estratégicas sobre el menú, proveedores, promociones y expansiones”. (Aguirre, Barona y Davila, 2018, pág. 76)

- **Prevención de Pérdidas:** Al monitorear los costos de manera constante, se pueden detectar y corregir a tiempo cualquier desviación o pérdida.
- **Cumplimiento Legal:** En Bolivia, al igual que en muchos otros países, existen regulaciones contables y tributarias que requieren un control preciso de los costos.

### **3.4. FACTORES ESPECÍFICOS DE LA PAZ A CONSIDERAR:**

- **Inflación:** Los precios de los alimentos y otros insumos pueden fluctuar considerablemente, por lo que es esencial realizar ajustes periódicos en los costos.
- **Proveedores Locales:** Aprovechar los productos frescos de la región puede ayudar a controlar los costos, pero también requiere un monitoreo constante de los precios.
- **Estacionalidad:** Los precios de algunos productos, especialmente los agrícolas, pueden variar según la temporada.
- **Competencia:** La alta competencia en el sector de la comida rápida exige precios competitivos, por lo que un control estricto de los costos es vital.
- **Sistema de Contabilidad:** Utilizar un software contable que permita registrar y analizar los costos de manera detallada.

-

### **3.5. ANÁLISIS DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN EN EL RESTAURANTE “EL CARBÓN”**

#### **3.5.1. Costos de Materia Prima**

Los costos de materia prima en nuestra empresa enfocándonos en su producto principal del que es señal de estudio tomamos a la materia prima

**Tabla 1. Costos de Materia Prima**

CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL	COSTO MENSUAL	CANTIDAD POR DIA	COSTO POR DIA
<b>Materia prima</b>					
pollo	unidad	3940	Bs 125.908,00	131	Bs 4.196,93
condimento	ml	788	Bs 2.364,00	26	Bs 78,80
<b>TOTAL</b>		4728	Bs 128.272,00	158	Bs 4.275,73

Fuente: Elaboración propia

Se tiene la salsa, condimentos salsa aceite postre arroz fideo, papas, escabeche, tomate, locoto, leña, gas, electricidad, agua, internet.

- **Elaboración del producto principal el pollo**

**Aplicando costos por procesos:**

**Tabla 2. Proceso 1**

CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL	COSTO MENSUAL	CANTIDAD POR DIA	COSTO POR DIA
<b>Materia prima</b>					
pollo	unidad	3940	Bs 125.908,00	131	Bs 4.196,93
condimento	ml	788	Bs 2.364,00	26	Bs 78,80
<b>TOTAL</b>		4728	Bs 128.272,00	158	Bs 4.275,73

Fuente: Elaboración propia



**Tabla 3. Mano de Obra Directa**

CONCEPTO	DETALLE	DIAS	BS POR MES	HORAS	BS POR DIA
1 operaria	Hrs/trabajo	30 dias	Bs 2.550,00	8 hrs	Bs 85,00
1 cocinera	Hrs/traba	30 dias	Bs 2.550,00	8 hrs	Bs 85,00
<b>TOTAL</b>			Bs 5.100,00		Bs 170,00

Fuente: Elaboración propia

Preparación del menú:

**Tabla 4. Proceso 2**

CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL	COSTO MENSUAL	CANTIDAD POR DIA	COSTO POR DIA	CONCEPTO
sal	Unid.	28	Bs 42,00	0,93	Bs 1,40	sal
zanahoria	lb	38	Bs 35,00	1,27	Bs 1,17	zanahoria
vainita	lb	25	Bs 120,00	0,83	Bs 4,00	bainita
postre	unidades	2250	Bs 4.000,00	75,00	Bs 133,33	postre
arroz	lb	1050	Bs 3.600,00	35,00	Bs 120,00	arroz
aceite	lts	120	Bs 1.140,00	4,00	Bs 38,00	aceite
papa	lb	2200	Bs 4.000,00	73,33	Bs 133,33	papa
<b>TOTAL</b>		5711	Bs 12.937,00	190,37	Bs 431,23	TOTAL
<b>CONCEPTO</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD MENSUAL</b>	<b>COSTO MENSUAL</b>	<b>CANTIDAD POR DIA</b>	<b>COSTO POR DIA</b>	<b>CONCEPTO</b>

sal	Unid.	28	Bs 42,00	0,93	Bs 1,40	sal
zanahoria	lb	38	Bs 35,00	1,27	Bs 1,17	zanahoria
vainita	lb	25	Bs 120,00	0,83	Bs 4,00	vainita

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 5. Proceso 3**

CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL	COSTO MENSUAL	CANTIDAD POR DIA	COSTO POR DIA
salsa	unidad	1700	Bs 3.500,00	57	Bs 116,67
escabeche	gr	4925	Bs 9.850,00	164	Bs 328,33
<b>TOTAL</b>		6625	Bs 13.350,00	221	Bs 445,00

Fuente: Elaboración propia

### 3.5.2. Costos de Mano de Obra:

- Costos de Mano de Obra en una Empresa Gastronómica de Comida Rápida en La Paz, Bolivia

Los costos de mano de obra representan una porción significativa de los gastos operativos de cualquier empresa gastronómica, especialmente en el segmento de comida rápida. En La Paz, Bolivia, estos costos pueden verse influenciados por diversos factores locales y nacionales.

- Mano de Obra Directa e Indirecta (Cálculo y análisis)

Cálculo y Análisis de la Mano de Obra Directa e Indirecta en una Empresa Gastronómica de Comida Rápida en La Paz, Bolivia

- **Mano de Obra Directa:** Es aquella que se relaciona directamente con la producción del bien o servicio. En un restaurante de comida rápida, incluye a cocineros, cajeros y personal de preparación de alimentos.
- **Mano de Obra Indirecta:** Son los empleados que no están directamente involucrados en la producción, pero que son necesarios para el funcionamiento del negocio. Ejemplos incluyen personal de limpieza, mantenimiento, administración y seguridad.

- **Cálculo de la Mano de Obra**

1. Identificar a los empleados:

- **Directos:** Cocineros, cajeros, preparadores.
- **Indirectos:** Limpiadores, encargados de mantenimiento, administradores.

- **Análisis de la Mano de Obra**

Porcentaje de la mano de obra sobre los ingresos:

- Capacitar al personal: Mejorar la productividad y reducir la rotación.
- Implementar sistemas de incentivos: Motivar a los empleados y mejorar el desempeño.
- Analizar costos continuamente: Identificar áreas de mejora y reducir gastos innecesarios.

Al realizar un análisis detallado de la mano de obra, las empresas de comida rápida en La Paz pueden tomar decisiones más informadas para mejorar su eficiencia y rentabilidad.

- **Factores que Influyen en los Costos de Mano de Obra**
  - **Salario Mínimo Nacional:** El salario mínimo establecido por ley es el piso sobre el cual se construyen los salarios de los empleados y otros
- **La productividad y la calidad del servicio.**
  - **Outsourcing de Servicios:** Considerar la contratación de servicios externos para tareas como limpieza o mantenimiento.
  - **Tecnología:** Utilizar sistemas de gestión de personal y punto de venta para optimizar procesos y reducir errores.

En conclusión, los costos de mano de obra son un factor crucial en la gestión de un restaurante de comida rápida en La Paz. Comprender los factores que influyen en estos costos y aplicar estrategias de gestión adecuadas es esencial para mantener la rentabilidad y la competitividad del negocio.

Sueldos y salarios del personal, cocineros, personal de limpieza y cajeros, ayudantes son un costo fijo mensual, pagos de alquileres y servicios básicos Equipos de cocina y utensilios Equipos de cocina y utensilios.

**Tabla 6. Costos de Mano de Obra Directa**

CONCEPTO	DETALLE	DIAS	BS POR MES	HORAS	BS POR DIA
<b>2 cocineras</b>	Hrs/trabajo	30 días	Bs5.100,00	8 hrs	Bs85,00
<b>2 horneros</b>	Hrs/traba	30 días	Bs5.100,00	8 hrs	Bs85,00
<b>TOTAL</b>			Bs10.200,00		Bs170,00

Fuente: Elaboración propia

### 3.5.3. Costos Indirectos de Producción:

Los costos indirectos de producción en una empresa gastronómica de comida rápida

- Gastos generales:
- Alquiler o arrendamiento del local
- Servicios básicos (agua, luz, gas)
- Seguros
- Impuestos
- Mantenimiento del equipo
- Gastos administrativos (sueldos de personal administrativo, papelería, etc.)
- Gastos de marketing y publicidad.

**Tabla 7. mano de Obra Indirecta**

CONCEPTO	UNIDAD		COSTO MENSUAL	CANTIDAD POR DIA	BS POR DIA
	DE MEDIDA	MENSUAL			
1 mesero	Hrs/trabajo	30 dias	Bs 2.550,00	8 hrs	Bs 85,00
2 cajeros	Hrs/trabajo	30 dias	Bs 6.000,00	8 hrs	Bs 100,00
1 personal administrativo	Hrs/traba	30 dias	Bs 3.000,00	8 hrs	Bs 100,00
<b>TOTAL</b>			Bs 11.550,00		Bs 285,00

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 8. Costos indirectos de producción**

COSTOS Y GASTOS INDIRECTOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL	MES BS
INSUMOS			<b>9000</b>
LEÑA	unidad	3000	9000
SERVICIOS BASICOS			<b>16812,6</b>
GAS	M <sup>3</sup>		520
ELECTRICIDAD	KWH		2314,6
AGUA	M <sup>3</sup>		400
INTERNET	MBP		578
ALQUILERES	MES		13000

DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS			<b>690</b>
DEPRECIACION DE EQUIPOS DE COMPUTACION			140
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES			120
DEPRECIACION EQUIPOS Y HERRAMIENTAS			90
DEPRECIACION HORNO			140
DEPRECIACION REFRIGERADOR			110
DEPRECIACION VITRINAS			20
DEPRECIACION COCINA			60
DEPRECIACION UTENSILLOS DE COCINA			10
DESECHABLES		<b>60</b>	<b>900</b>
MANTENIMIENTO Y REPARACIONES			<b>500</b>
MATERIAL DE ESCRITORIO			<b>600</b>
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA			<b>120</b>
LICENCIAS			<b>140</b>
TOTAL			<b>28762,6</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 9. Cuadro comparativo entre situación actual y propuesta para de los costos de producción**

	<b>JUNIO</b>	<b>AGOSTO</b>
DETALLE	Cálculo de los costos realizado por el propietario	Costos con la implementación de la propuesta
MATERIA PRIMA	Bs147.834,00	Bs147.834,00
<b>Proceso 1</b>	Bs128.272,00	Bs128.272,00
<b>Proceso 2</b>	Bs12.937,00	Bs12.937,00
<b>Proceso 3</b>	Bs6.625,00	Bs6.625,00
MANO DE OBRA	Bs23.850,00	Bs26.850,00
<b>Proceso 1</b>	Bs5.100,00	Bs5.100,00
<b>Proceso 2</b>	Bs10.200,00	Bs10.200,00
<b>Proceso 3</b>	Bs8.550,00	Bs11.550,00
COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCION	Bs26.712,60	Bs28.762,60
TOTALES	Bs198.396,60	Bs203.446,60
DIFERENCIA		Bs5.050,00

Fuente: Elaboración propia

**3.5.4. Libro diario datos proporcionados por el propietario:**

**3.5.5. Libro diario con datos propuestos:**

<b>LIBRO DIARIO</b> (expresado en bolivianos)			
Fecha	Detalle	Debe	haber
30/8/2024	-1-		
	<u>Costo de producción</u> <u>Almacén de materia prima</u> <u>Mano de obra directa</u> <u>Costos indirectos de producción</u>  Glosa: Para contabilizar los costos incurridos en el proceso de producción	2.3.446,60	147.834,00 26.850,00 28.762,00
	-2-		
	<u>Inventario de productos terminados</u> <u>Costos de producción</u>  Glosa: Para contabilizar la transferencia de los costos incurridos en el proceso de producción	203.446,60	203.446,60

**3.5.6. Determinación del precio de venta con la propuesta:**

<b>DETERMINACION DEL PRECIO DE VENTA</b>		
	COSTO DE PRODUCCION	Bs 203.446,60
Mas:	UTILIDAD	Bs 61.033,98
	<b>PRECIO</b>	
	<b>BRUTO</b> .....	<b>Bs 264.480,58</b>
	Precio de Venta	
	Unitario.....	Bs 67,13





### 3.5.7. Estado de resultados con datos propuestos

**ESTADO DE RESULTADOS**  
(Expresado en Bolivianos)

	<b>INGRESOS</b>		
	<b>VENTAS</b>		<b>Bs264.492,20</b>
Menos:	COSTO DE VENTAS		
	INVENTARIO INICIAL MATERIA PRIMA	<b>Bs0,00</b>	
Mas:	<b>COMPRAS</b>	<u>Bs147.834,00</u>	
	MATERIA PRIMA UTILIZADA	Bs147.834,00	
Mas:	<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>	<u>Bs26.850,00</u>	
	COSTO PRIMO	Bs174.684,00	
Mas:	<b>COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCION</b>	<u>Bs28.762,60</u>	<u>Bs203.446,60</u>
	UTILIDAD DE VENTAS		Bs61.045,60
Menos:	<b>EGRESOS</b>		
	GASTOS DE OPERACIÓN	Bs20.118,70	
	PATENTES MUNICIPALES	<u>Bs20,00</u>	<u>Bs20.138,70</u>
	<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>		<b>Bs40.906,90</b>

La Paz, Agosto de 2024

### 3.6. PROCESO PRODUCTIVO DE LA EMPRESA GASTRONÓMICA POLLOS A LA LEÑA EL CARBÓN

Es importante en esta etapa de la adquisición de materias incorporar una breve selección de los proveedores los cuales deben medir los estándares establecidos para este sector la recepción y almacenamiento en su temperatura y refrigeración y verificar la calidad de los producto y en el momento de manipular con el previo cuidado descongelando y llevarlos a preparar y cocinarlo y se debe colocar y ensamblar para la venta de acuerdo a la presentación .y entregar al cliente a domicilio o autoservicio y se deben seguir los protocolos según la alcaldía y sedes y colocar un basurero de residuos orgánicos e inorgánicos se debe realizar el inventario punto de venta para optimizar procesos y reducir errores.

En conclusión:

- los costos de mano de obra son un factor crucial en la gestión de un restaurante de comida rápida en La Paz.
- Comprender los factores que influyen en estos costos y aplicar estrategias de gestión adecuadas es esencial para mantener la rentabilidad y la competitividad del negocio.

Por ejemplo, podríamos analizar cómo los aumentos en el salario mínimo impactan en la estructura de costos de una empresa de este tipo, o cómo las empresas locales están abordando el desafío de la rotación de personal.

### **3.6.1. Costos Operativos y Administrativos:**

Incluye costos de marketing, administración y otros gastos no directamente relacionados con la producción. ¡Absolutamente! Los costos operativos y administrativos son fundamentales para cualquier negocio, y en el caso de una empresa gastronómica de comida rápida POLLOS EL CARBÓN en La Paz, Bolivia, abarcan una amplia gama de gastos.

### **3.6.2. Costos Operativos y Administrativos en una Empresa Gastronómica**

Estos costos, aunque no están directamente ligados a la producción del producto final (la comida), son esenciales para el funcionamiento diario del negocio y para mantenerlo competitivo en el mercado.

### **3.6.3. Costos de Marketing y Publicidad**

Anuncios en medios digitales Promoción Descuentos, combos, eventos especiales, programas de fidelización.

En el rubro gastronómico un restaurante de comida rápida considera distintos costos de materia prima variables debido a distintos factores como ser:

- Proveedores:  
Los proveedores pueden ser desde empresas consolidadas hasta productores directos que ofertan sus productos en el mercado informal por lo tanto el tamaño del mercado por parte de los ofertantes de materia prima es bastante amplio por lo que esta situación influye en el precio del mercado.

- Tamaño o volumen de las compras:  
Generalmente los proveedores ofrecen descuentos a una mayor cantidad de compras esto por principios de economías de escala.
- Calidad:  
Los productos con mayor calidad tienden a ser una consecuencia de procesos calificados y estandarizados cuya organización requiere mayor inversión, pero un mejor rendimiento.
- Temporada:  
Son los productos perecederos sensibles debido al precio que el mercado lo determina dependiendo la estacionalidad y producción de estos.

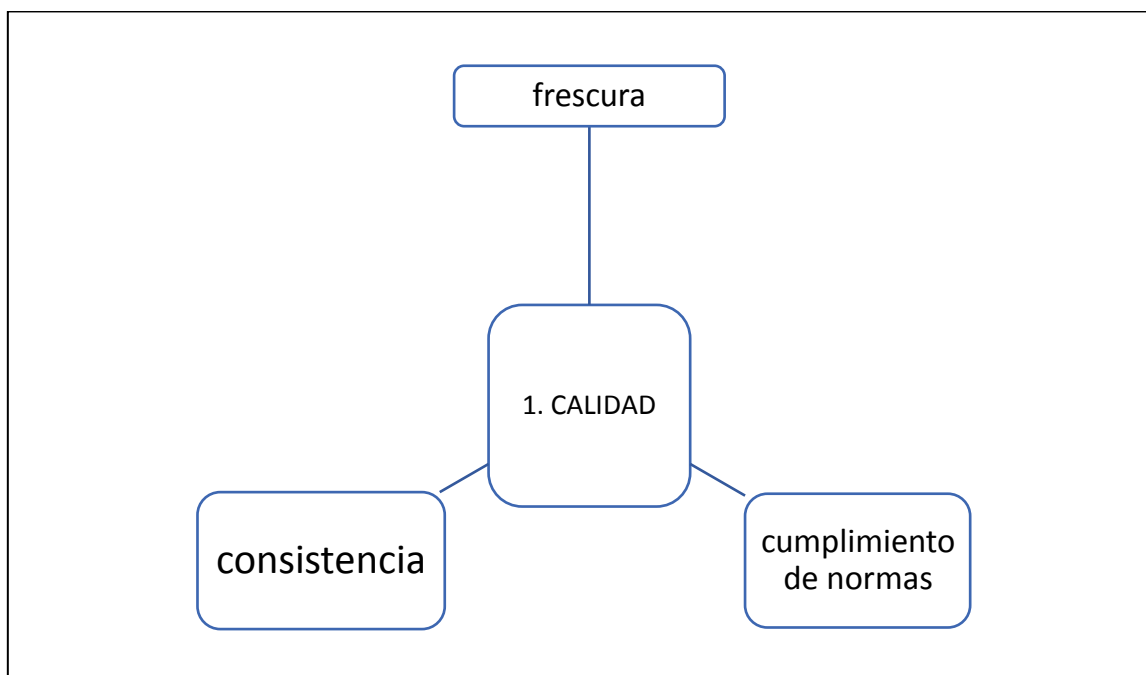
Los costos de materia prima en el sector gastronómico están principalmente agrupados en:

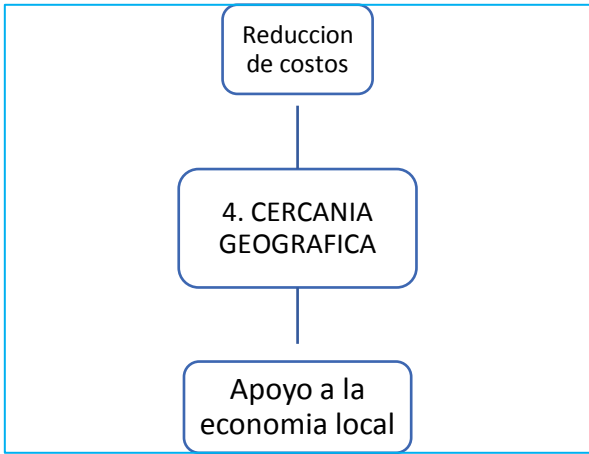
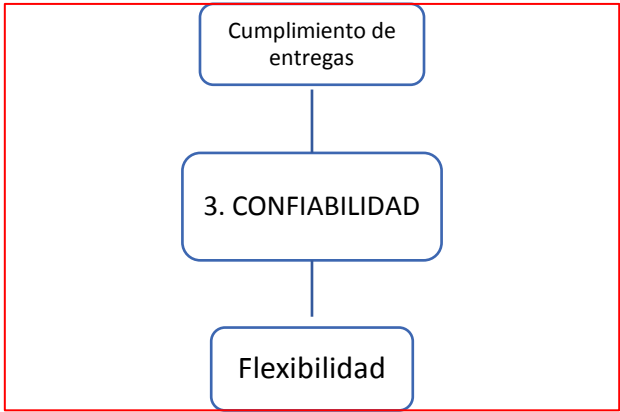
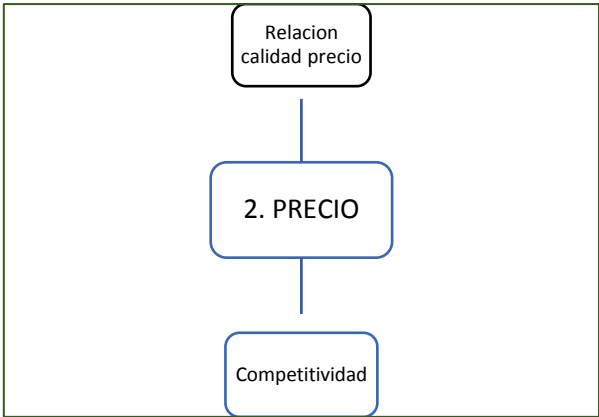
- Carnicería
- Panadería, repostería y/o bollos
- Bebidas
- Verduras y frutas
- Lácteos
- Condimentos y otro tipo de especias
- Empaques
- Algunos consejos para controlar los costos son los siguientes:
- Buenas relaciones con los proveedores
- Planificación y organización de un menú
- Control de inventarios
- Continuo análisis del mercado para tener mejores alianzas con los proveedores y más bajos costos
- Alianzas gastronómicas
- Servicios de consultoría que ayuden al crecimiento del negocio
- Crear redes de contacto con otros negocios, es decir hacer que la competencia sea nuestra aliada

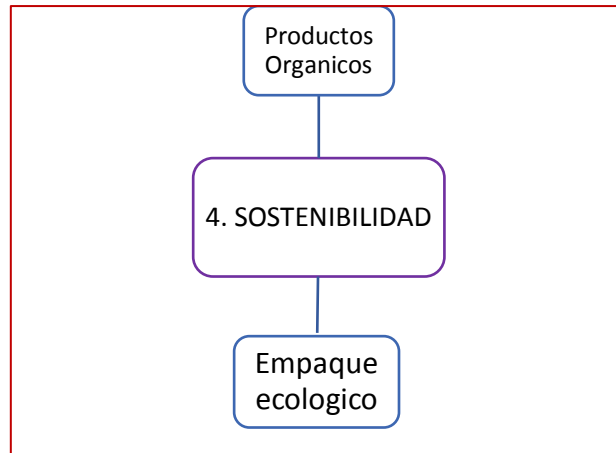
### 3.6.4. Selección de Proveedores.

La selección de proveedores es un proceso crucial para garantizar la calidad, consistencia y rentabilidad de una empresa de comida rápida. En el contexto de La Paz, Bolivia, existen particularidades que deben considerarse para asegurar un abastecimiento óptimo y acorde a las necesidades del negocio.

#### Criterios de Selección de Proveedores







Consideraciones para incursionar en el mercado gastronómico de La Paz Bolivia:

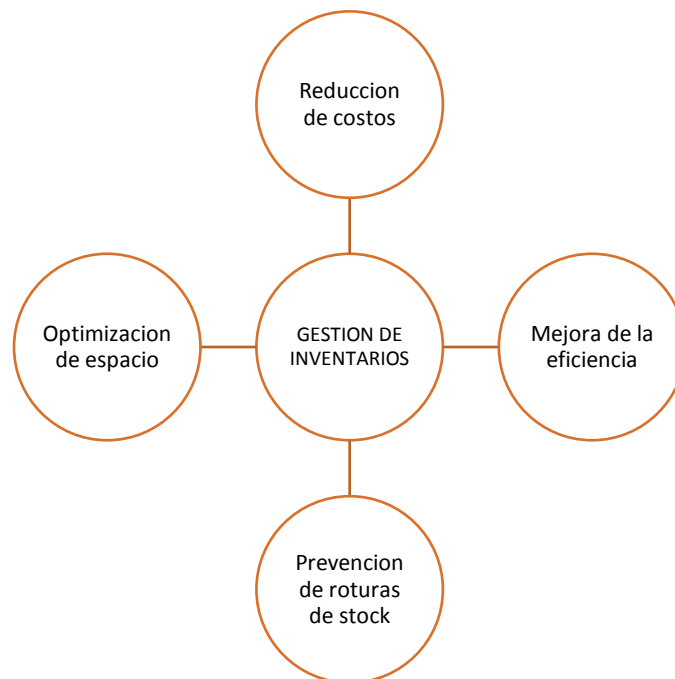
1. Productos locales: La producción local tiene un menor costo generalmente además de promocionar la gastronomía nacional
2. Adaptación a la altura: la altura repercute en el sabor y calidad de los productos por lo que también influirá en la preparación de los alimentos
3. Normas sanitarias: Verificar el cumplimiento de normas sanitarias por parte de los proveedores nos ahorra futuros costos por una mala calidad y servicio.

4. Clima: Contar con proveedores que puedan abastecernos en diferentes estaciones del año.

### 3.6.5. Gestión de Inventarios.

El índice de rotación elevado en cuanto a las mercaderías en su mayoría de características perecederas en el área gastronómica propicia a la necesidad de gestionar correctamente el stock de inventarios, adecuado para satisfacer la demanda.

#### Importancia de la gestión de inventarios



Sin embargo, cabe considerar que la gestión de inventarios presenta varios desafíos, a continuación, se presenta algunos a nivel de La Paz.

- La humedad y temperaturas variables que pueden acortar la vida útil de los alimentos.
- La disponibilidad de productos, así como su costo puede variar según la temporada



- Fluctuaciones en la demanda: Puede variar significativamente en términos de tiempo dependiendo del patrón de consumo y comportamiento del cliente.

### **3.6.5. Prácticas para una buena gestión de inventarios**

1. Manejo de un sistema de inventario
2. Aplicación del método FIFO (Los productos que ingresan primero al almacén deben ser los primeros en salir) Y Método PEPS (Los productos con fecha de vencimiento más cercana deben utilizarse primero)
3. Realizar inventarios físicos de forma periódica a fin de garantizar una cantidad correcta de productos en stock y ajuste de los movimientos.
4. Establecer parámetros de inventarios para realizar pedidos antes de agotar stock y evitando altos costos de inventarios, además de un punto de reorden para realizar pedidos cuando se alcanza este nivel.

## **4. CONCLUSIONES**

Las empresas de comida rápida en el sector de los pollos a la leña tienden a llevar una dinámica aleatoria en su mayoría donde los costos de producción de materias primas e insumos presentan una de las mayores partidas de gastos propios del sector gastronómico

Los costos de producción propios de la contabilidad como directrices son la materia prima, mano de obra y costos indirectos de producción.

Aplicando todos estos presupuestos que tenemos a partir de los costos de producción la empresa de comida rápida pollos a la leña el Carbón obtendrá mayor capacidad de optimizar procesos y consecuentemente la rentabilidad y sostenibilidad de la empresa será eficiente.

Debe mantenerse un control minucioso de estos costos para optimizar la adquisición de la materia prima y obtener resultados eficientes y productivos en la mano de obra

Se determina que los costos de producción son importantes y muy necesarios los que debe utilizarse como un método imprescindible para la elaboración de los productos terminados en el sector gastronómico.

## BIBLIOGRAFÍA

Aguirre, Barona y Davila, C. (2018). *La rentabilidad como herramienta para la toma de decisiones*. Lima - Perú: Unión.

Cashin, J. A. (2016). *Contabilidad de Costos*. Mexico: Interamericana de Mexico.

Gutierrez, R. (2014). *Sistemas de Control de Gestion*. Bogota: Universidad.

Hinojosa Rodríguez, L. E. (2018). *CONTABILIDAD DE COSTOS Y GESTION* . Buenos Aires: Latin.

León, O. (2014). *Contabilidad de costos*. Mexico: Instituto Mexicano de Contadores Públicos.

Magne y Jordan, I. (2012). *CURSO DE CONTABILIDAD DE COSTOS*. México: Trillas.

Orellana, J. (2019). *Contabilidad de Costos*. Cochabamba.

Orellana, J. F. (2014). *CONTABILIDAD DE COSTOS* . La Paz.

Polimeni y Fabozzi, R. (2014). *Contabilidad de Costos.-Conceptos y Aplicaciones para la toma de decisiones gerenciales*. México: McCRAW-HILL.

Valencia, G. (2010). *Contabilidad de Costos*. Bogota: Ecoe Ediciones.

Zeballos, R. S. (2012). *Contabilidad Cotos I* . La Paz.

## Anexos 1

### Tendencias en el sector gastronómico 2024

El sector gastronómico está dando pasos audaces en 2024. Las tendencias de los restaurantes más populares muestran que los propietarios están encontrando formas innovadoras de mejorar las experiencias en el local y fuera del local para los clientes, manejando un restaurante informal rápido, un establecimiento de servicio completo o probando un concepto completamente nuevo.

Las preferencias gastronómicas y las condiciones económicas de los consumidores apuntan a las principales tendencias y estrategias de los restaurantes que continúan. Adoptando estrategias de servicio sin contacto, probando los pedidos en línea o utilizando la automatización para combatir la escasez de mano de obra, los restaurantes están encontrando formas creativas de establecer relaciones significativas con su personal y sus clientes.

Para descubrir las estrategias que darán forma a la industria de los restaurantes en 2024, EL GUSTO se asoció con CONSULTORES GASTRONÓMICOS para investigar qué piensan 500 propietarios y gerentes de restaurantes y 1,000 consumidores en los BOLIVIA, sobre el estado actual y el futuro de las empresas de alimentos. Analizamos los resultados de la encuesta, las ideas del equipo de restaurantes y las entrevistas con los emprendedores restauranteros de vanguardia para identificar las tendencias de los restaurantes más populares para que las empresas locales lo consideren este año.

Todos los datos que se citan abajo provienen de los resultados de la encuesta. Para conocer más a fondo estas tendencias de la industria de los restaurantes para 2024, descarga la segunda entrega de nuestro informe El futuro de los restaurantes.

Las tendencias más importantes del sector gastronómico

Los pedidos y las entregas sin contacto no son una tendencia pasajera

La escasez de mano de obra se puede gestionar con tecnología de restaurantes inteligentes

Muchos restaurantes planean diversificar los flujos de ingresos en 2024.

La automatización de la cocina es una gran prioridad

Se están recibiendo más pedidos de alimentos directos

Los restaurantes se están replanteando las experiencias para fomentar la fidelidad de los clientes

La comunidad sigue siendo importante para el sector gastronómico

### **1. Los pedidos y las entregas sin contacto no son una tendencia pasajera**

Desde cenas elegantes hasta comida rápida, la tecnología sin contacto y la entrega de alimentos podrían seguir siendo inversiones clave en 2024, ya que los restaurantes buscan formas de mejorar la experiencia del cliente y de satisfacer las expectativas en evolución.

Las opciones de pedido y pago sin contacto, como los menús con códigos QR digitales y los pagos sin contacto, serán más pertinentes en 2024. De hecho, el 64 % de los restaurantes encuestados dicen que actualmente ofrecen opciones de pago sin contacto. Más de tres de cada cuatro restaurantes dicen que aceptan aplicaciones de billetera móvil, mientras que el 50 % acepta pagos con código QR.

Casi la mitad de los restauradores (el 45%) planea seguir ofreciendo menús con códigos QR en 2024. JOSE QUIROZ, explica los beneficios de los menús con código QR de manera sucinta cuando pregunta lo siguiente: “¿Con qué frecuencia se encuentra tecnología que no cuesta nada, ahorra dinero a un restaurante, mejora la experiencia del cliente, reduce los errores y termina aumentando eficazmente las propinas de los empleados?”

Los pedidos en línea también son un factor permanente para muchos negocios de restaurantes, y el 49% dice que continuará ofreciendo pedidos digitales después de la pandemia.

### **2. La escasez de mano de obra se puede gestionar con tecnología de restaurantes inteligentes**

Una tendencia importante de los restaurantes para el 2024 es que la tecnología está ayudando a los propietarios a superar la escasez de mano de obra. Casi tres de cada cuatro negocios de restaurantes dicen que están enfrentando escasez de mano de obra, y el 22% dice que la escasez es significativa. Y el 28 % dice que más de uno de cada cuatro de sus puestos vacantes están actualmente vacantes.

Entonces, ¿cuál es la solución cuando no encuentras suficientes trabajadores? La tecnología para restaurantes que puede ayudar a los gerentes y propietarios a ser más eficientes.

Los propietarios de restaurantes están probando soluciones que ayuden al equipo a ser productivo agilizando el tiempo que lleva completar las tareas manuales. Casi dos de cada tres restaurantes dicen que automatizar los pedidos en línea en el restaurante y a través de las aplicaciones de entrega ayudaría a compensar las carencias cuando no están a plena capacidad de personal. Un poco más de la mitad dice que la automatización de los pagos a los clientes ayudaría a compensar la escasez de personal, y el 46% dice lo mismo para la automatización de las comunicaciones con los clientes.

“realmente nos ayuda a quitarle presión a nuestro personal”, un restaurante mediterráneo fast-casual que está por abrir más de 30 ubicaciones. “Y eso es lo que nos ayuda a reforzar la cultura de marca de ‘Somos cocineros. Creemos en la mano de obra y en las personas primero, y no solo en nuestros clientes. Nuestros clientes y nuestro personal deben ser tratados de la misma manera”.

### **3. Muchos restaurantes planean diversificar los flujos de ganancias en 2024.**

Para muchos restaurantes, una estrategia importante es diversificar los flujos de ingresos al pasar de sus ofertas principales a otras verticales, como el comercio minorista. La mitad de los propietarios de restaurantes agregaron productos o servicios nuevos por la pandemia de COVID-19, y el 75 % dicen que esos cambios no son pasajeros, como ofrecer suscripciones, comestibles y venta minorista, así como kits de comidas y cócteles.

” Estamos viendo que las líneas verticales definidas y rectas de un negocio minorista frente a un restaurante frente a un negocio de servicios se están difuminando”. “Un restaurante, bar y tienda, por ejemplo, podría ser un lugar que ofrezca clases de mitología, equipo para comercios minoristas y degustaciones, además de servir comida y bebidas a los clientes”.

La buena noticia es que los consumidores son receptivos a estas nuevas formas de hacer negocios. De hecho, el 44% de los clientes compró algo adicional a sus comidas normales en restaurantes, y el 30% dijo que compró artículos minoristas varias veces. Con los consumidores abiertos a estos experimentos de identidad, no hay razón para no animarse, especialmente si puede convertirse en más ingresos para tu negocio.

#### **4. La automatización de la cocina es una gran prioridad**

Dado que muchos restaurantes ofrecen pagos, ofertas y canales sin contacto, la simplificación de las operaciones de la cocina puede ayudar a brindar una experiencia consistente a los clientes.

Muchos restauranteros están invirtiendo en tecnología digital para mejorar los procesos internos, y el 36% de los propietarios y gerentes ha actualizado la tecnología de su negocio. Las cocinas optimizadas ofrecen una mejor eficiencia en todos los canales, lo que brinda a los gerentes y propietarios la confianza y la libertad de probar nuevos conceptos de restaurantes.

“Con una cocina optimizada y equipada, no hay nada físicamente que te impida probar cuatro o cinco conceptos nuevos de restaurante a la vez y luego elegir al ganador una vez que se compruebe la eficacia de uno de esos conceptos”, para Restaurantes.

#### **5. Se están recibiendo más pedidos de alimentos directos**

Más restauranteros quieren hacerse cargo de sus pedidos y entregas en línea en 2024 y disminuir la dependencia de terceros, y el 49% dice que continuará ofreciendo entregas de comida directamente a través de su restaurante.

La razón es simple: quieren controlar la experiencia integral del restaurante.

Los consumidores también quieren omitir a la persona intermedia, y el 68% dice que preferiría usar el sitio web o la aplicación de un restaurante para la entrega de comida en lugar de una aplicación de terceros. Su razón principal para hacerlo es apoyar directamente al restaurante.

Si los propietarios de restaurantes usan repartidores o entregas a pedido de Square, pueden hacer que la experiencia del cliente sea aún más sencilla. Al tomar más pedidos directos, las empresas tendrán más control sobre los intereses de los clientes. Tendrán acceso a los datos centralizados de los clientes, lo que puede ayudarlos a ofrecer mejores programas de marketing y fidelidad.

## **6. Los restaurantes se están replanteando las experiencias para fomentar la fidelidad de los clientes**

Los restaurantes están ideando formas creativas de estimular el interés y la fidelidad de los clientes. Alrededor del 60% de los restauranteros planean implementar iniciativas para cautivar a clientes con el fin de que regresen a lo largo de 2022.

Incluso los restauranteros que no están listos para probar nuevos verticales como el comercio minorista, están haciendo cambios en sus identidades, comenzando por hacer que los servicios y productos inspirados en la pandemia sean permanentes. Tres de cada cuatro propietarios de restaurantes dicen que las nuevas estrategias impulsadas por el COVID-19 no fueron pasajeras: el 44% continúan ofreciendo suscripciones y membresías, el 37% vendiendo kits de comidas o cócteles y el 27% invirtiendo en degustaciones virtuales en 2024.

Para aprovechar al máximo estas iniciativas, los restaurantes también se centran en recompensar la fidelidad de los clientes. Los programas de fidelización bien planificados pueden brindar información valiosa sobre las necesidades y preferencias de los clientes, lo cual motiva a las empresas de alimentos a mejorar la satisfacción de los clientes. Por esta razón, el 41% de los restauranteros agregaron o mejoraron el año pasado sus programas de fidelidad e incentivos para clientes.

Al proporcionar servicios renovados de manera creativa e invertir en nuevas iniciativas, los propietarios pueden brindar excelentes experiencias en restaurantes,



ya sea que la gente esté cenando o comprando para llevar, lo que ayuda a aumentar la retención y las ventas.

## **7. La comunidad sigue siendo importante para el sector gastronómico**

“Sin la comunidad, puedo decir que no estaríamos aquí hoy”,, propietario un restaurante en, que se especializa en cocina casera. “Te hace regresar a tus raíces. A pesar de que tiene mucho turismo, las raíces de uno son sus clientes, sus clientes cotidianos”.

Los restaurantes desempeñan un papel especial en las comunidades. Es el lugar para muchos eventos importantes de la vida: primeras citas, encuentros y reuniones de negocios. Los fuertes lazos con la comunidad significan conexiones más estrechas con los clientes, por lo que muchos restaurantes planean invertir en más iniciativas de servicio a la comunidad en 2024.

El 72% planea continuar y realizar una mayor participación comunitaria en 2024, como cocinar para proveedores de servicios comunitarios, donar alimentos o dinero a organizaciones comunitarias y ofrecer apoyo a empresas locales propiedad de minorías.

Al participar en más iniciativas de participación comunitaria, los propietarios y gerentes de restaurantes pueden conquistar más amor por la marca y deleitar a los clientes con nuevas experiencias.

Los propietarios y gerentes de restaurantes han demostrado resiliencia ante las dificultades. Desde la prestación de servicios sin contacto hasta la automatización de la cocina, los restauranteros dicen que no aminorarán la marcha. La digitalización es fundamental en el proceso en que los propietarios y gerentes están procurando mejorar la eficiencia interna, ofrecer experiencias omnicanal más espectaculares en los restaurantes y mantenerse conectados con sus clientes.

Puedes adaptar estas tendencias de los mejores restaurantes para tu negocio. Primero, evalúa los obstáculos que enfrentas actualmente y considera las tendencias que podrían brindar el mayor beneficio a las personas a las que sirves. Por ejemplo, adoptar la tecnología digital podría ayudarte a administrar tu

restaurante de manera más eficiente y a seguir siendo relevante en un futuro digital. Un restaurante eficiente impulsado por la tecnología que esté en contacto con la comunidad podría ser el futuro de la industria de los restaurantes en 2024.

Preguntas frecuentes sobre las principales tendencias de los restaurantes

### **¿Cuáles son las últimas tendencias en restaurantes fast-casual?**

Los restaurantes fast-casual brindan a los clientes la calidez de un restaurante formal con las ventajas de la comida rápida, generalmente con servicio de mostrador. Según el informe El futuro de los restaurantes, cuando las personas comen en restaurantes de comida rápida, el 60% prefiere hacer sus pedidos a través de un quiosco o sistema en línea en lugar de hacerlo a través de un miembro del personal o un servidor. Y en los establecimientos de comidas informales, el 45% de los consumidores prefieren hacer lo mismo.

### **¿Cuáles son las últimas tendencias en restaurantes de servicio completo?**

En 2024, los restaurantes de servicio completo incorporan más ofertas inspiradas en la pandemia en sus modelos de negocio. Los restaurantes de servicio completo preparan la comida individualmente para cada comensal y los invitados generalmente se sientan y sirven la comida en un comedor.

Este año, los restaurantes de servicio completo continúan utilizando las opciones de pago sin contacto para agilizar las operaciones, con un 52% que ofrece dispositivos de pago en la mesa y un 50% que ofrece pagos con código QR.

### **¿Cuáles son las principales tendencias de consumo de los restaurantes?**

Los consumidores están interactuando con sus restaurantes favoritos de diferentes maneras en 2024. En primer lugar, esperan comodidad, desde los pagos hasta los pedidos, y el 29% prefiere pagar sin contacto en un restaurante. Los menús digitales también son populares, ya que el 71% de los consumidores ha utilizado un menú digital y el 30% dice que siempre elige los menús digitales en lugar de los físicos.

Con la escasez de suministros, muchos restaurantes se ven obligados a cobrar más, pero sus clientes entienden por qué: el 77% de los consumidores entiende si los restaurantes aumentan los precios debido a la post pandemia.

¿Quieres conocer más a fondo cómo están innovando los restaurantes en 2024? Obtén más información sobre estas tendencias populares de los restaurantes en nuestra edición de 2024 del informe El futuro de los restaurantes.

## ANEXOS

