

**UNIVERSIDAD PRIVADA DE TRUJILLO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**CARRERA PROFESIONAL CONTABILIDAD Y  
FINANZAS**



**SISTEMA DE COSTOS DE PRODUCCIÓN Y SU INCIDENCIA EN  
LA RENTABILIDAD DEL RESTAURANTE EL ZARCO S.R.L. –  
CAJAMARCA - 2020**

**TESIS:  
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
CONTADOR PÚBLICO**

**AUTOR:  
Bach. MARIELA MARGOT SANCHEZ RAVICHAGUA**

**ASESOR:  
Dr. SEVILLA GAMARRA MARCO A.**

**LINEA DE INVESTIGACION  
COSTOS**

**TRUJILLO – PERÚ  
2021**

“SISTEMA DE COSTOS DE PRODUCCIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA  
RENTABILIDAD DEL RESTAURANTE EL ZARCO S.R.L. –  
CAJAMARCA – 2020”

Por Bach. Mariela Margot Sanchez Ravichagua

**PAGINA DEL JURADO**

.....  
PRESIDENTE

.....  
SECRETARIO

.....  
VOCAL

## **DEDICATORIA**

### **A Nuestro Padre Celestial**

Sobre todas las cosas por ser mi  
principal motivación espiritual,  
supo guiarme con su infinito  
amor y bendiciones, quien  
ilumina cada segundo de mi  
vida.

### **A mis queridos padres y hermanas**

Por su amor, comprensión y  
por enseñarme que el progreso  
es fruto del constante esfuerzo  
diario

### **A mi esposo e hijos**

Por darme fuerzas para seguir  
adelante, apoyándome ante las  
adversidades y no desfallecer  
en el intento, porque estuvieron  
presentes cuando más los  
necesitaba.

### **A mis queridos maestros**

Quienes guiaron y  
enriquecieron mis  
conocimientos motivándome a  
seguir adelante a lo largo de mi  
preparación profesional.

## AGRADECIMIENTO

En primer lugar, a Nuestro Padre Celestial, por ser siempre mi guía por darme confianza y fortaleza para alcanzar mis objetivos. Por haberme guiado en cada paso de mi vida hasta ahora.

Agradezco a la Universidad Privada de Trujillo por qué ha inculcado en mí un sentido de seriedad, responsabilidad, los valores profesionales académicos y éticos.

A mi esposo Cesar e hijos Jeffrey y Jherad me apoyaron día a día con amor, comprensión, paciencia estando siempre presentes para motivarme y apoyarme en los momentos difíciles de esta lucha constante siendo un motivo más para la superación.

A mi asesor Dr. Marco Antonio Sevilla Gamarra y a todos los docentes de la Universidad Privada de Trujillo, quienes contribuyeron con sus conocimientos en mi formación profesional



## ÍNDICE DE CONTENIDOS

PAGINA DEL JURADO .....	i
DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	ii
<b>ÍNDICE DE CONTENIDOS</b> .....	ii
<b>Índice de tablas</b> .....	iv
RESUMEN .....	vi
ABSTRACT .....	vii
I. INTRODUCCIÓN .....	1
<b>1.1. Realidad problemática.</b> .....	2
<b>1.2 Formulación del problema.</b> .....	3
<b>Objetivos.</b> 4	
<b>1.3 Justificación del problema.</b> .....	4
<b>1.3.1 Conveniencia.</b> .....	4
1.3.2 Relevancia Social. ....	4
1.3.3 Implicancias Prácticas. ....	4
1.3.4 Valor Teórico. ....	5
1.3.5 Utilidad Metodológica. ....	5
<b>1.4 MARCO TEORICO</b> .....	5
<b>1.5.1. Antecedentes.</b> .....	5
<b>1.5.1.1. A Nivel Internacional</b> .....	5
1.5.1.2. A Nivel Nacional .....	6
<b>1.6. Bases teóricas.</b> .....	7
<b>1.6.1. Costos</b> .....	7
<b>1.6.1.1. Objetivos</b> .....	8
<b>1.6.1.2. Importancia de los Costos.</b> .....	8
<b>1.6.1.3. Ventajas de la Contabilidad de Costos.</b> .....	9
<b>1.6.1.4. Características de los Costos</b> .....	9
<b>1.6.2. Costos de Producción</b> .....	9
<b>1.6.2.1. Definiciones</b> .....	9
<b>1.6.2.2. Elementos</b> .....	9



---

1.6.2.2.1 Materia Prima .....	9
1.6.2.2.2 Estimación del Costo de Materias Primas .....	10
1.6.2.2.3 Materiales Directos .....	10
1.6.2.2.4 Costos Indirectos de Fabricación .....	10
1.6.2.2.5 Características de los Costos Indirectos de Fabricación .....	11
1.6.2.2.6 Clasificación de los Costos Indirectos de Fabricación .....	11
1.6.3 Rentabilidad .....	12
1.6.3.1. Definiciones .....	12
1.6.3.2. Importancia de medir la Rentabilidad .....	12
1.6.3.3. Indicador de Rentabilidad .....	13
1.7 Definición de Términos Básicos .....	14
1.7.1 Costos .....	14
1.7.1.2 Clasificación de los Costos .....	14
1.7.2 Rentabilidad .....	15
1.7.3 Cargos Indirectos .....	15
1.7.4 Costos .....	15
1.7.5 Desmedro .....	15
1.7.6 Kárdex .....	15
1.7.7 Margen de Ganancia .....	15
1.7.8 Merma .....	15
1.7.9 Orden de Producción .....	16
1.8 Hipótesis .....	16
1.8.1 Planteamiento de la hipótesis .....	16
1.8.2 Variables .....	16
II. MATERIALES Y MÉTODOLOGIA .....	17
2.1. Materiales y métodos .....	18
2.2.1. Tipo de diseño de investigación .....	18
2.2.2. Material de estudio .....	18
2.2.3. Técnicas, procedimientos e instrumentos .....	18
2.2.3.2 Instrumentos .....	18
2.5. Operacionalización de variables .....	20
III. RESULTADOS .....	21



3.1 De la Empresa .....	22
<b>3.1.1 Reseña Histórica del restaurante “El Zarco” de Cajamarca .....</b>	<b>22</b>
<b>3.1.2. Restaurante “El Zarco” del Distrito de Cajamarca en el año 2020 .....</b>	<b>23</b>
<b>3.1.3 Organigrama .....</b>	<b>23</b>
<b>IV. CONCLUSIÓN .....</b>	<b>38</b>
CONCLUSIÓN .....	39
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>41</b>



## Índice de tablas

Tabla N° 1 Materia Prima .....	24
Tabla N° 2 Sexo del Personal del Restaurant .....	24
Tabla N° 3 Personal según el área de Trabajo.....	24
Tabla N° 4 Costos indirectos de fabricación mensual.....	25
Tabla N° 5 Item N°1 Compra según necesidad de preparación de los potajes.....	25
Tabla N° 6 compra materias primas en grandes cantidades .....	26
Tabla N° 7 Compra de materia prima en forma planificada.....	27
Tabla N° 8 Capacitación al personal.....	28
Tabla N° 9 Rentabilidad después de deducir el costo de producción .....	30
Tabla N° 10 Rentabilidad Neta después de deducir todos los costos.....	31
Tabla N° 11 La utilidad obtenida por los potajes del restaurante es rentable.....	32
Tabla N° 12 Índice de rentabilidad del patrimonio.....	33
Tabla N° 13 Rentabilidad del capital social en el Restaurante .....	34





## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico N° 1 compra materias primas en grandes cantidades .....</b>	<b>27</b>
<b>Gráfico N° 2 Compra de materia prima en forma planificada.....</b>	<b>28</b>
<b>Gráfico N° 3 capacitación al personal .....</b>	<b>29</b>
<b>Gráfico N° 4 Rentabilidad sobre las ventas.....</b>	<b>29</b>
<b>Gráfico N° 5 Rentabilidad sobre las ventas.....</b>	<b>30</b>
<b>Gráfico N° 6 Rentabilidad después de deducir el costo de producción .....</b>	<b>31</b>
<b>Gráfico N° 7 Rentabilidad Neta después de deducir todos los costos .....</b>	<b>31</b>
<b>Gráfico N° 8 La utilidad obtenida por los potajes del restaurante es rentable .....</b>	<b>33</b>
<b>Gráfico N° 9 Índice de rentabilidad del patrimonio .....</b>	<b>34</b>
<b>Gráfico N° 10 Rentabilidad del capital social del Restaurante.....</b>	<b>35</b>



## RESUMEN

La actual Investigación titulada: Sistema de Costos de Producción y su Incidencia en la Rentabilidad del Restaurante El Zarco S.R.L. – Cajamarca - 2020.

La finalidad es determinar la incidencia de la rentabilidad, con la finalidad de conseguir resultados que muestren el contexto no solo económico, sino además de algunas variables significativas e trascendentales que admitan a la administración valorar aspectos como lo son: rentabilidad financiera y recursos económicos.

En este trabajo investigativo se utilizaron, los métodos aplicados, Correlacional/Causal, descriptivos y Cuantitativos, para estudiar la incidencia de los costos de producción en la rentabilidad del Restaurante El Zarco S.R.L. Cajamarca – 2020.

El objetivo principal de la investigación fue, analizar los costos de producción y la rentabilidad del Restaurant El Zarco S.R.L.- Cajamarca, año 2020. Es importante señalar, que para el proceso de la presente investigación se utilizaron las técnicas de revisión documental, Investigación bibliografía y Observación. Por otro lado, la población estuvo conformada por 05 restaurantes de la ciudad de Cajamarca y su muestra está dada por 18 trabajadores del restaurante el Zarco S.R.L 2020, que fueron entrevistados.

Se concluye que los costos de producción inciden en la rentabilidad del Restaurante El Zarco S.R.L. – Cajamarca, año 2020.

Palabras Clave: costos de producción, rentabilidad.



## ABSTRACT

The current research entitled: Production Costs System and its impact on the profitability of El Zarco S.R.L. - Cajamarca - 2020.

The aim is to determine the incidence of profitability, in order to achieve results that show not only the economic context, but also some significant and far.

that allow management to assess aspects such as: financial profitability and economic resources.

In this research work, the methods applied, Correlational/Causal, descriptive and quantitative, were used to study the impact of the production costs on the profitability of El Zarco Restaurant S.R.L. Cajamarca - 2020.

The main objective of the investigation was to analyse the production costs and profitability of Restaurant El Zarco S.R.L.- Cajamarca, 2020. It is important to note that the process of the present investigation involved the use of the techniques of documentary review, Bibliography Research and Observation. On the other hand, the population consisted of 50 restaurants in the city of Cajamarca and their sample is given by 18 workers of the restaurant Zarco S.R.L 2020, who were interviewed.

It is concluded that production costs affect the profitability of El Zarco S.R.L. - Cajamarca, year 2020.

Keywords: production costs, profitability.



# I. INTRODUCCIÓN



### **1.1. Realidad problemática.**

Actualmente se observa el desarrollo de muchas empresas comerciales e industriales, en este caso los restaurantes, pero también hay muchas de estas empresas que no progresan y se esparcen por poseer poco conocimiento de sus costos y su rentabilidad, la falta de este conocimiento evita que puedan seguir invirtiendo y creciendo.

Por otro lado, el estudio y discernimiento de los Costos de Producción en una empresa, se considera primordial para determinar, analizar y conocer el detalle de los elementos que lo conforman, tales como materia prima, mano de obra, servicios, y los gastos de fabricación, los cuales intervienen en la producción de un producto; muchas empresas suelen fijar sus precios de venta en base a los precios de los competidores, sin antes determinar si éstos logran cubrir sus propios costos, es por ello que una enorme cantidad de negocios no progresan, ya que no obtienen la rentabilidad necesaria para su ejercicio llevándola incluso a desaparecer.

En este sentido, los costos de producción constituyen un tema esencial en las decisiones empresariales, puesto que las empresas tienen que tomar decisiones acerca de la producción y las ventas de acuerdo al estudio de sus costos; también deben de conocer su rentabilidad el cual es concebido por la producción de algún producto final o servicio, poseer esta información le permitirá a la empresa reparar los desvíos del pasado y disponer una mejor administración para el futuro, entonces, concretamente podemos indicar que al determinar los costos de producción las empresas podrán establecer el precio de venta al público del producto en cuestión ya que evidentemente este será la suma del costo que significó la elaboración de un producto más el beneficio que alcanzará la empresa para que sea competitivo en el mercado.

Considerando lo antes mencionado, a nivel mundial las empresas, son propensas a cambiar velozmente la implantación de nuevos métodos de Costos de Producción, esto interviene en la innovación de estas empresas industriales y comerciales que no son conscientes de los ambientes complicados y dinámicos. Por tanto, se encuentran expuestos a reducir su rentabilidad, la competencia en precio y costos devasta a las empresas que no están dispuestas para afrontar los cambios, haciendo necesaria una aplicación continua y ajuste a las nuevas condiciones.



## **A Nivel internacional**

### **México.**

Suarez (2014). “En la ciudad de San Luis, se realizó un diagnóstico en varios restaurantes de la ciudad con la finalidad de establecer las acciones que llevan a cabo para la fijación, determinación, análisis y control de costos”. La deducción de esta investigación se fundamenta en que existen problemas de rentabilidad en los restaurantes locales debido a que no tienen los adecuados sistemas de control de sus costos, así como la importancia que representa para éstos establecimientos llevar a cabo estos procesos de manera eficiente y sistematizada.

### **A Nivel Nacional**

Torres (2016). Investigo sobre los “costos de exportación y su incidencia en la rentabilidad de Café del Norte S.A.C. La Coipa, en el periodo 2013 y 2014. La empresa “Café del Norte” comercializadora de café orgánico, acopia, procesa y vende lo que se obtiene del proceso, con el ánimo de crecer y apoyándose en los atributos diferenciadores del producto, se ha planteado la posibilidad de implementar un sistema de costos de exportación”.

### **A Nivel Local**

Gamboa (2017) su tesis de investigación, se trabajó bajo el diseño descriptivo de tipo no experimental. Cuyo resultado fue que el cálculo de la base de asignación de los costos indirectos de fabricación permitió la repartición adecuada de los costos para cada orden de producción. Se concluyó, que la implementación de los formatos como la orden de producción, las horas máquina, las hojas de costos, contribuye a mejorar la gestión en la calidad de negocio. Finalmente se recomienda actualizarse oportunamente el sistema del diseño.

## **1.2 Formulación del problema.**

¿Cómo los Costos de Producción incide en la Rentabilidad del Restaurante El Zarco S.R.L.-Cajamarca, 2020?



## **Objetivos.**

### **1.3.1. Objetivo General.**

Analizar los costos de producción y la rentabilidad del Restaurant El Zarco S.R.L.- Cajamarca, año 2020.

### **1.3.2. Objetivos Específicos.**

- Identificar la estructura de los costos de producción del restaurant El Zarco S.R.L. Cajamarca, 2020.
- Determinar la rentabilidad del Restaurant El Zarco S.R.L. – Cajamarca, 2020.
- Comparar la estructura de los costos de producción y la rentabilidad del restaurante El Zarco S.R.L. – Cajamarca, 2020.

## **1.3 Justificación del problema.**

Según Hernández, Fernández & Baptista (2010), la Investigación es importante por:

### **1.3.1 Conveniencia.**

La presente investigación, es relevante, y servirá para determinará la incidencia de la rentabilidad, con la finalidad de conseguir resultados que muestren el contexto no solo económico, sino además de algunas variables significativas e trascendentales que admitan a la administración valorar aspectos como lo son: rentabilidad financiera y recursos económico.

### **1.3.2 Relevancia Social.**

Esta investigación, tendrá trascendencia en la sociedad porque favorecerá en la estabilidad de la cantidad de ventas y el aumento del nivel de rentabilidad, dicho restaurant logrará mantener la prolongación laboral de su personal, quienes elevarán la calidad de vida de sus familias y tendrá una proyección social en toda la población de Cajamarca.

### **1.3.3 Implicancias Prácticas.**

Esta investigación tendrá implicaciones trascendentales para lograr resolver problemas muy prácticos permitirá que se fortalezca la economía al generar más gasto en el consumo, y crear la sostenibilidad de los productores y comercializadores. Del mismo

---

modo, la empresa al conseguir un margen de utilidad superior, repercutirá en el pago del impuesto a la renta de tercera categoría, generando un mayor ingreso al Fisco.

#### **1.3.4 Valor Teórico.**

La presente investigación va ayudar a resolver algunos vacíos del conocimiento contribuirá como un soporte para investigaciones futuras como respaldo informativo, porque los restaurantes representan la una parte fundamental del turismo y están enfocados al desarrollo cultural y gastronómico de la población. Asimismo, genera y participa al desarrollo económico.

#### **1.3.5 Utilidad Metodológica.**

La investigación ayuda a crear nuevos instrumentos en la recopilación de datos, como el análisis documental y entrevista, las cuales se aplicarán a los empleados del restaurant que es objeto de estudio, y mejorar la forma de analizar las variables en estudio.

### **1.4 MARCO TEORICO**

#### **1.5.1. Antecedentes.**

##### **1.5.1.1. A Nivel Internacional**

Padilla y Plaza (2016). La siguiente tesis menciona: “Determinación de un sistema de costos ABC para los restaurantes de lujo de la ciudad de Cuenca caso práctico: restaurantes rancho chileno, septiembre 2015”, Trabajo de Titulación previa a la obtención del título de Contador Público y Auditor, de la Universidad de Cuenca, Cuenca - Ecuador; tiene como objetivo general es Determinar el sistema de costos basado en actividades para los restaurantes de Lujo de la Ciudad de Cuenca en Rancho Chileno, para la correcta toma de decisiones estratégicas, y llego a la siguiente conclusión:

La cual diseño un método de costes ABC para el desarrollo de la compañía de lujo Rancho Chileno en que consiste acerca de sus alimentos y bebidas de la compañía, donde se identifican las actividades que incurren en el desarrollo de la elaboración de los productos, como los principales costes, donde la compañía proporciona la información real, la cual ayuda a tomar buenas decisiones donde cumplirán sus metas. (p. 86).

Garzón (2016). En su tesis realizada en Ecuador, en la Universidad Regional Autónoma De Los Andes, para optar el título de Magister en dirección de empresas con énfasis en gerencia estratégica titulada “Estrategias que incrementen la rentabilidad en la Pyme



Interdiesel, se buscó Diseñar estrategias para incrementar la rentabilidad financiera en la empresa Interdiesel. El 40 % contesto, No conocer si Interdiesel tiene rentabilidad, este cuarenta por ciento está representado por las dos personas del área operativa de la pyme. Concluye que Las estrategias que se implementan en la pyme Interdiesel, permiten incrementar a partir del año 2008 los índices de rentabilidad financiera, económica y, margen neto”.

Pérez, M. (2012), “Los Costos de Producción y su Incidencia en la Rentabilidad de la Florícola Rosalquez S.A. en el segundo semestre del año 2010”.

Concluye que: la empresa no cuenta con un sistema de costos que permite determinar los costos reales de la producción, manejado en forma empírica y ha provocado un vacío de información que no ha facilitado una correcta y oportuna toma de decisiones.

Según Oviedo (2001 – 2002), en su tesis titulada “Análisis, renovación y optimización del Área de Producción de conservas de pescado en la Corporación Industrial “Fishincorp”.

La conclusión es que, la empresa presenta un grave problema en la línea de producción, debido principalmente a la escasez de materia prima y en algunos casos al rechazo de las mismas en el área de producción, también en el ámbito de área de la gestión de mantenimiento por causa del deterioro de las maquinarias y su falta de mantenimiento.

#### **1.5.1.2. A Nivel Nacional**

En la presente tesis del autor: Tacca, L. (2015): “Costos de Producción y Rentabilidad del C.I.S. panadería y confitería de la una – Puno Periodos 2011 y 2012”.

Concluye que: la empresa se dedica principalmente a la elaboración de productos de panadería.

Según Cruz (2014), en su tesis “Determinación del Costo de Producción de harina de pescado en la empresa pesquera Clajoma Seafood E.I.R.L.”.

Concluye que: La empresa no cuenta con un sistema de costos, y en consecuencia no se realiza una adecuada determinación del costo de producción. Se necesita un responsable encargado del cálculo de los costos que permita tomar las decisiones correctas al propietario. No se utilizan formatos y tampoco hay un orden para el control de los costos, lo que origina desconfianza por parte del propietario. El dueño de la empresa pesquera no tiene conocimiento alguno respecto a la gestión y el correcto cálculo de los costos de producción.

---

Meléndez, J. & Oribe, K. (2014). Estudio titulado “Calidad de servicio al cliente y su incidencia en la rentabilidad de las empresas del rubro restaurantes – pollerías del distrito de Tarapoto. Año 2014. Para obtener el Grado de Contador Público. Tarapoto, Perú: Universidad Nacional de San Martín, Escuela de Contabilidad. El investigador expresa que hay una vinculación directa entre la calidad de servicio al usuario y el rendimiento de las compañías del rubro restaurantes pollerías del distrito de Tarapoto, como lo detalla la prueba de chi-cuadrado y que presenta que hay una vinculación elocuente entre la calidad de servicio y su rendimiento.

Las cinco magnitudes incorporadas en calidad del servicio al usuario son: Tangibles, Fiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad y Empatía, poseen en promedio una apreciación del usuario de 35% en la categoría imperfecta, 42,92 en la de regular y el 17,08% en la categoría de eficaz, estableciendo un reto para las compañías del Rubro Restaurantes – Pollerías del distrito de Tarapoto, de afrontar capacitada mente esta particularidad.

### **1.5.1.3. A Nivel Local**

Torres (2016). “En su investigación realizada en la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo, para optar el título de contador público “Los costos de exportación y su incidencia en la rentabilidad de Café del Norte S.A.C. La Coipa, en el periodo 2013 y 2014, tuvo como objetivo general determinar los costos de exportación y como estos inciden en la rentabilidad de la empresa. Los resultados muestran la empresa ha estructurado de una mejor manera sus gastos de venta. Se concluye que la estructura de costos, no es acorde a las necesidades y respectivas características de la empresa”

## **1.6. Bases teóricas.**

### **1.6.1. Costos**

Costos Para Altahona (2009), los costos son: La herramienta principal para poder asignar los recursos a la producción de un bien o la prestación de un servicio, asimismo es el sacrificio económico en que incurre la empresa para la producción de un bien, sin tomar en cuenta los gastos de operación que se identifican en los gastos de administración o de ventas.

Según, Ferguson y Gould (2010), definen al costo como: Un aspecto de la actividad económica, es decir que para el empresario significa comprometer sus obligaciones de



realizar pagos en efectivo, mientras que, para la sociedad, el significado de costo simboliza los recursos que deben sacrificarse para obtener un bien esperado. El uso del término sacrificios se hace referencia a aquellos costos que directamente no tienen vinculación con el dinero en efectivo, como las depreciaciones del activo fijo, pero si tienen vinculación con el proceso productivo, comercial o de servicio.

Flores (2014), define el costo como: Toda inversión, que implica el uso de factores de producción como la materia prima, mano de obra y otros ingresos, asimismo indica al costo erogaciones o desembolso de dinero que se realiza para producir un bien o servicio. Podemos decir que los costos son el gasto económico que representa la fabricación de un producto o ya sea la prestación de un servicio, también es un sacrificio que se realiza para producir un bien.

#### **1.6.1.1. Objetivos**

- Proporcionar información útil para el planeamiento y toma de decisiones en las empresas industriales.
- Suministrar información de retorno es decir una retroalimentación.
- Ayuda a medir el comportamiento sobre la eficiencia y eficacia de la empresa. Proporcionar informes referentes a los costos para medir la utilidad y evaluar el inventario.
- Brindar información para el control administrativo de las operaciones y actividades.
- Proporcionar información a la organización para mejorar la planeación y toma de decisiones.
- Instrumento eficaz para el logro de los objetivos.
- Facilita la toma de decisiones.

#### **1.6.1.2. Importancia de los Costos.**

Se utilizan como instrumentos para poder medir, calcular el grado de eficiencia o productividad, también nos ayudan a realizar diagnósticos, a fin de identificar posibles desviaciones o anomalías e implementar las medidas correctivas necesarias, como suministración de información relevante para mejorar los costos, y además ayudar en la elaboración y ejecución de presupuestos. También suministran información para escoger entre dos o más alternativas.



### **1.6.1.3. Ventajas de la Contabilidad de Costos.**

Los costos brindan ventajas como:

- Permite conocer el costo de la unidad producida
- Los resultados se conocen con toda oportunidad y son correctos
- Se establecen comparaciones entre los costos de distintos periodos
- Las cuentas de materia prima, producción en proceso y artículos terminados

### **1.6.1.4. Características de los Costos**

Los costos tienen las siguientes características:

- Costo, como concepto de gasto: Aquel costo que ya generó beneficios y se revela en el Resultado del ejercicio. Ejemplos: Sueldos de administración y ventas, luz, agua, teléfonos.
- Costo, como concepto de pérdida: Aquel costo que no generó beneficios ni los generará en el futuro. Se revela como resultado no operacional o extraordinario. Ejemplos: Costo de una maquinaria incendiada.

## **1.6.2. Costos de Producción**

### **1.6.2.1. Definiciones**

Los costos de producción, son propios de las empresas manufactureras o industriales que son las que manipulan la materia prima y otros suministros, y por ende los costos de producción son los que se generan al momento de transformar la materia prima en producto terminado apto para la venta, y lo integran tres elementos que son la materia prima, la mano de obra directa y los Costos indirecto de Fabricación (CIF), es por esa razón que toda empresa a la hora de elaborar su producto o brindar un servicio debe asumir ciertos costos, normalmente estos costos dependerán de la materia prima que se utilice, la mano de obra que se requiere, el alquiler del local, el pago de impuestos y servicios como: agua, , teléfono, electricidad, entre otros.

### **1.6.2.2. Elementos**

#### **1.6.2.2.1 Materia Prima**

Una materia prima es todo bien que es transformado durante un proceso de producción hasta convertirse en un bien de consumo.

Existen algunos bienes materiales que no pueden ser utilizados directamente por los consumidores ya que necesitan ser transformados (el petróleo, por ejemplo). Las materias primas son el primer eslabón de una cadena de fabricación, y en las distintas

---

fases del proceso se irán transformando hasta convertirse en un producto apto para el consumo.

#### **1.6.2.2.2 Estimación del Costo de Materias Primas**

El costo de materias primas son las cantidades de materias primas necesarias para llevar a cabo el plan de producción y los precios de compra anticipados, asimismo indica que las cantidades de cada materia prima, dará como resultado el presupuesto del costo de las materias primas a utilizar.

#### **1.6.2.2.3 Materiales Directos**

Son aquellos que: Son fáciles de identificar en la fabricación del producto, y por ende representan el principal costo de los materiales, es decir que se considera materiales directos a todos aquellos objetos o recursos que tienen la característica de identificarse con los productos finales.

La materia prima se puede ver, palpar y conservan sus propiedades básicas. Por ejemplo, en las fábricas pesqueras su principal material es el pescado siendo transformado para su elaboración de diversos productos.

#### **1.6.2.2.4 Costos Indirectos de Fabricación**

Los costos indirectos de fabricación o también llamados Costos Indirectos de Fabricación en su abreviatura, como los costos que están asociados al proceso de producción o elaboración del producto, que no son fáciles de identificar, es por ello que se dan algunos ejemplos para una mejor comprensión de este elemento que es uno de los más complejos y se convierte en un dolor de cabeza para todas las empresas industriales. Depreciación de las máquinas, instalaciones y edificio de planta, lubricantes, gasolina, supervisor de planta, mantenimiento, reparaciones, alquiler de planta, capacitaciones de los trabajadores de planta, preparación de máquinas, gas, petróleo, etc., pertenecen a este tercer elemento del costo”.

Los Costos Indirectos de Fabricación es uno de los elementos del costo más complejo de manejar, pues se debe determinar con criterios objetivos la base de actividad con la cual deben distribuirse a los diferentes productos. Una incorrecta definición de la base puede ocasionar una mala asignación de los Costos Indirectos de Fabricación y es necesario para una mayor exactitud se separe según su comportamiento en costos fijos y variables.

#### 1.6.2.2.5 Características de los Costos Indirectos de Fabricación

- **Complementarios pero indispensables:** Los componentes indirectos cumple un rol importante en el proceso de producción, ya que sin ellos no se podría concluir adecuadamente un producto, lote o parte de éste.
- **Prorratables:** A pesar de la diferencia con los costos directos, que son fácilmente identificables, los costos indirectos de fabricación necesitan mecanismos idóneos de distribución, dada la naturaleza y variedad de sus componentes, requieren un control exigente y adecuado.
- **Aproximados:** Generalmente los Costos Indirectos de Fabricación no se puede determinar con precisión a los productos en proceso debido, entre otras razones, a que una orden de trabajo puede iniciarse y terminarse en cuestión de horas o días, en tanto que los costos indirectos de fabricación reales se identifican a fin de mes, por lo que conviene asignarlos mediante aproximaciones razonables. Por ejemplo: Material indirecto, mano obra indirecta, servicios públicos, arrendamientos, combustible.

#### 1.6.2.2.6 Clasificación de los Costos Indirectos de Fabricación

- **Costos Indirectos de Fabricación Variables:** Son Costos Indirectos de Fabricación Variables cuando su totalidad cambia en proporción directa al nivel de producción, es decir cuánto más grande sea el conjunto de unidades producidas, mayor será el total de Costos Indirectos de Fabricación Variables. Ejemplos:
- **Materiales indirectos:** también participan en la elaboración del producto, pero no son materiales directos ya que son poco visibles, es por ello que se incluyen en los Costos Indirectos de Fabricación. Por ejemplo, el pegamento que no se puede medir ni ver en el producto terminado.
- **Mano de obra indirecta:** es la mano de obra consumida en las áreas administrativas de la empresa que sirven de apoyo a la producción a modo de supervisión para que los procesos productivos funcionen adecuadamente.
- **Costos Indirectos de Fabricación Fijos:** Son Costos Indirectos de Fabricación que permanecen constantes independientemente de los niveles de producción, ejemplo

---

de este tipo de costos fijos son: Impuestos a la propiedad, depreciación del edificio de producción, alquileres de edificios.

- **Costos Indirectos de Fabricación Mixtos:** Este tipo de costos no son totalmente fijos ni totalmente variables en su naturaleza, pero tienen característica de ambos al costear deben de separarse en sus componentes fijos y variables para propósitos de planeación y control ejemplos son: Servicios telefónicos de la fábrica, salarios de los supervisores y de los inspectores de fábrica.

### **1.6.3 Rentabilidad**

#### **1.6.3.1. Definiciones**

La Rentabilidad es: La relación que, existe entre la utilidad y la inversión necesaria para lograrla, porque, estas pueden medir la efectividad de una gerencia, de una organización, se considera a la Rentabilidad como una noción, que se aplica a toda acción económica en donde se movilizan los medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener los resultados.

#### **1.6.3.2. Importancia de medir la Rentabilidad**

La Rentabilidad es: De gran importancia para dar a conocer a los inversores y que puedan decidir si reinvierten sus ahorros en una determinada compañía, o si, por el contrario, retiran sus fondos, motivos como aquellos hacen que la rentabilidad sea mediable.

- La Rentabilidad es lo que buscan los inversores al invertir sus ahorros en las empresas, asimismo indica que la Rentabilidad es, al menos una parte, de lo que busca el empresario con sus decisiones directivas.
- La Rentabilidad es uno de los conceptos con mayor importancia en las empresas modernas y más utilizado por toda la comunidad de negocios, pero a pesar de su importante relevancia en la sustentabilidad de cualquier proyecto, es uno de los conceptos menos comprendidos por quienes lo utilizan cotidianamente.
- Además, la Rentabilidad se relaciona con los costos de una empresa, es decir si la inversión de los costos en una empresa es menor, su Rentabilidad será positiva, pero si los costos son excesivos no obtendrán buenos resultados.

### **1.6.3.3. Indicador de Rentabilidad**

Las razones de Rentabilidad, miden el rendimiento de la empresa en relación con sus ventas, activos o capital, siendo de gran importancia conocer los resultados, ya que las empresas para que puedan existir, asimismo manifiesta que estos indicadores permiten evaluar la utilidad que se produce en cada periodo resulte razonable y suficiente.

Los Ratios de Rentabilidad más frecuentes para determinar el rendimiento de la empresa son:

- **Rentabilidad Bruta sobre Ventas**

Este indicador es considerado como margen bruto sobre las ventas, permite conocer el margen o beneficio de la empresa respecto a sus ventas generadas en distintos periodos. Muestra la capacidad que tiene la empresa para generar beneficios en relación a sus ventas que realizan en actividad normal, es decir a través de este indicador se puede conocer cuánto es que gana la empresa por cada de las unidades de producción que vende.

Los índices de rentabilidad de ventas muestran la utilidad de la empresa por cada unidad de venta. Se debe tener especial cuidado al estudiar este indicador, comparándolo con el margen operacional, para establecer si la utilidad procede principalmente de la operación propia de la empresa, o de otros ingresos diferentes.

- **Margen de Utilidad Operativa**

Mide el porcentaje que resulta de cada sol de ventas después de que se disminuyan todos los costos y gastos, excluyendo los intereses, impuestos y dividendos de acciones. Además, representa las utilidades puras ganadas por cada sol de venta. Y se llama utilidad operativa pura porque mide solo la utilidad ganada en las operaciones y no considera los intereses, los impuestos.

- **Rentabilidad Neta sobre Ventas**

En este indicador nos permite conocer con más exactitud la utilidad neta sobre las ventas, ya que se toman en cuentas los gastos de operación y financieros de la empresa. Asimismo, también indica cuántos soles gana la empresa por cada sol vendido de la mercadería.



Este índice permite conocer la rentabilidad de las ventas frente al costo de ventas y la capacidad de la empresa para cubrir los gastos operativos y generar utilidades antes de deducciones e impuestos.

## **1.7 Definición de Términos Básicos**

### **1.7.1 Costos**

Son los gastos que se realizan del consumo para aplicar en la producción de bienes o servicios. Al tener este concepto podemos decir que los costos se relacionan con materiales y la mano de obra que participan directamente con el proceso producción.

#### **1.7.1.1 Contabilidad de Costos**

Se considera en función al valor de satisfacción que le da un cliente a un producto determinado. Esta se ocupa de la acumulación y análisis de la información importante al uso de los gerentes para la planificación, control y toma de decisiones.

#### **1.7.1.2 Clasificación de los Costos**

Es la información que solicita la gerencia de la empresa para la evaluación y control del proceso productivo que ejecuta la empresa para tomar decisiones.

De acuerdo a esto los costos pueden ser:

- Costos de Producción, son la materia prima directa, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación.
- Gastos de Ventas, los gastos que la empresa realiza en el proceso de venta de los productos completos y llevados a los puntos de venta.
- Gastos de Administración, son los desembolsos que realiza la empresa para llevar a cabo la gestión administrativa interna de la empresa.

Se clasifica en:

- Costos Fijos, se realizan en forma perenne sin tomar en cuenta la actividad productiva, como por ejemplo el costo de manutención de la fábrica.

- Costos Variables, están relacionados rigurosamente con el proceso de la producción como por ejemplo el consumo de la materia prima, el consumo energético, la depreciación de las máquinas.

### **1.7.2 Rentabilidad**

Apaza, M. (2011), manifiesta que: “La rentabilidad es un concepto amplio que admite diversos enfoques y proyecciones, y actualmente existen diferentes perspectivas de lo que puede incluirse dentro de este término en relación con las empresas; se puede hablar así de rentabilidad desde el punto de vista económica o financiera”.

### **1.7.3 Cargos Indirectos**

Se conoce como Costos Indirectos de Fabricación a los materiales que no están directamente relacionados al producto terminado.

### **1.7.4 Costos**

Son aquellos gastos que, intervienen directamente en la elaboración de un producto con el fin de obtener una Rentabilidad.

### **1.7.5 Desmedro**

Es la pérdida de un bien de manera definitiva, se considera irrecuperable de las existencias volviéndolas inutilizables.

### **1.7.6 Kárdex**

Sirve para llevar un control de ingresos y salidas de los materiales utilizados en la producción.

### **1.7.7 Margen de Ganancia**

Es el porcentaje que desea ganar una empresa por vender un producto, mientras más alto sea el número mayor es la ganancia, además es el que indica la Rentabilidad de un producto.

### **1.7.8 Merma**

Es una pérdida física en el volumen, peso o cantidad de las existencias, ocasionada por causas inherentes al proceso productivo.



### **1.7.9 Orden de Producción**

Se utiliza para determinar los costos de un producto que determina un cálculo detallado.

## **1.8 Hipótesis**

### **1.8.1 Planteamiento de la hipótesis**

Los Costos de Producción inciden negativamente en la Rentabilidad del Restaurant El Zarco S.R.L....., Cajamarca-2020.

### **1.8.2 Variables**

Variable Independiente: Costo de Producción

Variable Dependiente: Rentabilidad



## **II. MATERIALES Y MÉTODOLOGIA**

## **2.1. Materiales y métodos.**

### **2.2.1. Tipo de diseño de investigación.**

- ✓ De acuerdo al fin que se persigue:  
Aplicada; porque su beneficio se relaciona con la utilidad práctica del conocimiento para el ser humano y para identificar problemas sobre los que se debe intervenir como para definir las estrategias de solución.
- ✓ De acuerdo al tipo de problema: Correlacional/Causal; porque tiene como objetivo detallar la relación entre las variables que este proyecto en un momento determinado.
- ✓ De acuerdo a la recolección de datos: Descriptiva por que estudia un objeto que determina sus características y establecer relaciones entre sus variables de estudio.
- ✓ De acuerdo al método: Cuantitativo porque se centra en aspectos observables y susceptibles en cuantificación de los fenómenos.

### **2.2.2. Material de estudio.**

#### **2.2.2.1. Población.**

Está conformada por los 05 (cinco) restaurantes del Distrito de Cajamarca, año 2020.

#### **2.2.2.2. Muestra.**

Está conformada por 20 trabajadores del restaurante el Zarco S.R.L. – Cajamarca, año 2020.

### **2.2.3. Técnicas, procedimientos e instrumentos.**

#### **2.2.3.1. De recolección de información.**

Técnicas. Para la presente investigación se utilizaron las siguientes técnicas:

- Revisión documental
- Investigación bibliografía
- Observación

#### **2.2.3.2 Instrumentos**

- Costos de producción: Se determinó los costos como principal instrumento para determinar el margen de ganancia de sus productos.
- Estados financieros: Se tomó como instrumento de recolección

- Aplicación de la muestra de estudio.
- ✓ Encuesta
  - ✓ Tablas estadísticas
  - ✓ Interpretación y discusión de los datos
  - ✓ Conclusiones
- 
- Cuadros y gráficos sobre los análisis de la información financiera: Se determinó un análisis en relación a la información brinda de los estados financieros.

#### **2.4.3.2. Técnicas de procesamiento y análisis de datos**

- **Técnicas de procedimiento**

A partir de la aplicación de la entrevista se procederá a estructurar los datos por cada respuesta obtenida a través de tabulaciones porcentuales con el propósito de responder a: el problema de la investigación, objetivos e hipótesis de estudio.

Y observaciones como: verificar si hay un control de costos de producción, medir la Rentabilidad.

Análisis de datos: la presentación de los datos se realizará mediante tablas y gráficos tal como lo recomienda la estadística descriptiva. Asimismo, la discusión de los resultados tendrá lugar en corroborar a cada una de las hipótesis planteadas.

## 2.5. Operacionalización de variables.

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
VARIABLE INDEPENDIENTE  Costos de Producción	Costos son aquellos donde los costos de producción se acumulan en las distintas fases del proceso productivo, durante un determinado tiempo y espacio. Peña (2013).	Se obtuvo mediante el análisis documental. Encuesta.	Toma de decisiones.  Procesos productivos.	Materia prima.  Mano de obra directa.  Costos indirectos de fabricación.	Ordinal.
VARIABLE DEPENDIENTE  Rentabilidad	La Rentabilidad es la capacidad de generar beneficios, de modo que los ingresos sean suficientes para recuperar las inversiones, cubrir los costos operacionales y obtener un beneficio. Apaza (2014).	Se obtuvo mediante el análisis documental	Rentabilidad económica.  Rentabilidad financiera.	Rentabilidad patrimonial.  Rentabilidad bruta.  Rentabilidad neta.  Rentabilidad operacional. Rentabilidad de las ventas	Razón.



# III. RESULTADOS



### **3.1 De la Empresa**

#### **3.1.1 Reseña Histórica del restaurante “El Zarco” de Cajamarca**

En el año 1979, la Sra. María Olga y el Sr. Héctor Uberto inauguran un restaurante en la dirección Jr. Romero N° 143 al que nombran “El Zarco”; luego tres años después, debido a que el local era pequeño por la asistencia masiva de público, se reubican al local donde se encuentran actualmente, el cual está ubicado en el Jr. El Batán N° 170, en el lugar en donde, en el pasado estudiaran el arte culinario y los métodos de administración de negocios de este ramo.

El nombre de “El Zarco” es un nombre que se da en relación a los ojos del Sr. Héctor Uberto León Chigne quien es conocido como tal, y establece un tipo de “marca” de sus productos, en la que su fama ha traspasado las fronteras. Luego de 40 años de arduo trabajo, la empresa no sólo creció, sino también se diversificó, por lo que se convirtió en una fuente de empleo para muchas personas como mozos, jugueros, panaderos, cocineros, apicultores, ordeñadoras, lavanderas, granjeros, etc. Hoy por hoy, el restaurante cuenta con popularidad a nivel local, por lo tanto, busca el posicionamiento también a nivel nacional, pues además de que ofrece servicios del restaurant, actualmente brinda servicios de catering y planner a empresas públicas y privadas y al público en general.

Así mismo por medio del reconocimiento de este local, la marca “Grupo Empresarial El Zarco” se ha consolidado, las empresas que lo conforman son:

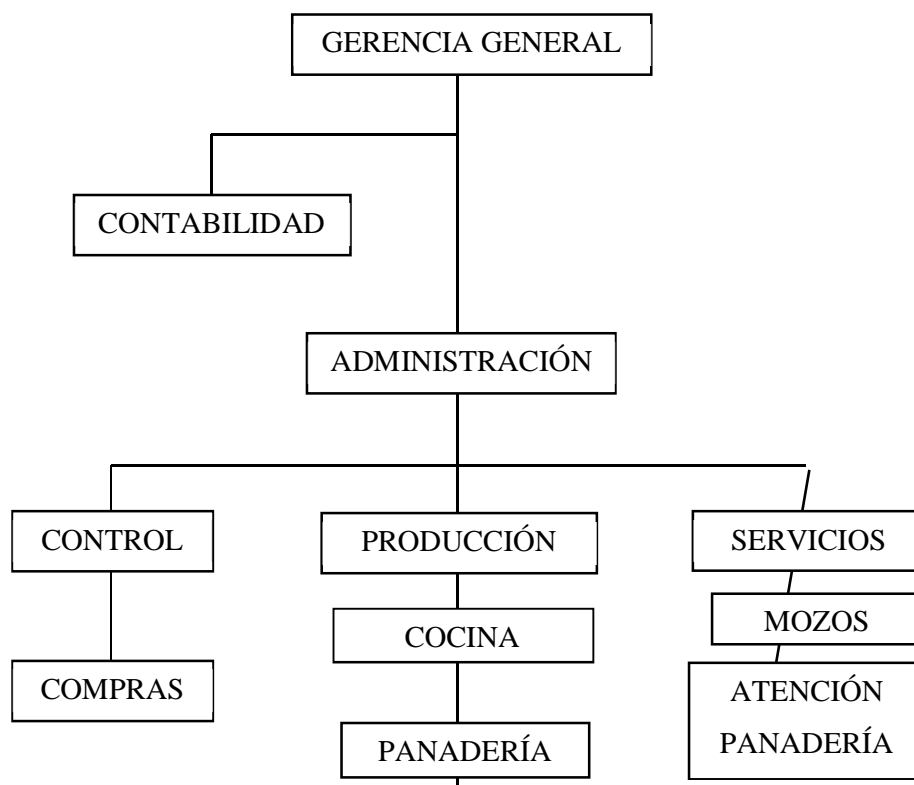
- Gran Restaurant “El Zarco”.
- AH&H Minería y Construcción.
- Granja Tres Marías.
- Hostal Perú.
- Hotel La Casa de Abraham.
- Restaurant Campestre “El Zarco”.
- Z – Tec.
- Bodegas El Zarco.

### 3.1.2. Restaurante “El Zarco” del Distrito de Cajamarca en el año 2020

En relación a la oferta del restaurant, en lo que respecta a la oferta culinaria, “El Zarco” posee un menú muy variado donde ofrece a sus clientes y público en general iniciando con desayunos, menú ejecutivo, platillos que mezclan o fusionan la comida de diferentes regiones y comida típica de Cajamarca, como el chicharrón con mote, cuy frito con papa picante, leche de vaca fresca, caldo verde, cecina shilpida, de igual forma brinda aperitivos, entradas, chifas, porciones, jugos, platos del día, ensaladas, 89 sopas, parrilladas, pescados y mariscos, postres, bebidas, licores en copas y especiales de casa.

### 3.1.3 Organigrama

Figura N° 1 Organigrama Restaurant "El Zarco"



Fuente: Restaurante “El Zarco”

### 3.2 Variable Independiente: Costos de Producción

**Indicador: Materia Prima (Expresado en millones de soles)**

**Tabla N° 1 Materia Prima**

<b>Costos Materia Prima</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Alimentos	-3,969,842	-4,456,832
Bebidas	-838,071	-1,018,554
Vinos	-263,512	-312,876
Retail	-6,732	-3,025
Descartables	-199,765	-200,809
<b>TOTAL</b>	<b>-5,277,922</b>	<b>-5,992,096</b>

Fuente: Restaurant “El Zarco”

**Tabla N° 1:** la tabla anterior reflejan los costos en materia prima del restaurant “El Zarco” en donde se ve reflejado el aumento de los costos de materia prima en S/ 714,174 con relación al año anterior.

**Indicador:** Mano de obra directa.

**Tabla N° 2 Sexo del Personal del Restaurant**

<b>FEMENINO</b>		<b>MASCULINO</b>	
<b>N°</b>	<b>%</b>	<b>N°</b>	<b>%</b>
<b>6</b>	<b>30%</b>	<b>14</b>	<b>70%</b>

Fuente: Restaurant “El Zarco”

**Tabla N° 2:** en esta tabla se observa que la cantidad de trabajadores de sexo Masculino es mayor un 70% en relación al personal de sexo femenino que resulta ser solo un 30%.

**Tabla N° 3 Personal según el área de Trabajo**

<b>Cantidad</b>	<b>Administración</b>	<b>Cocina</b>	<b>Salón</b>	<b>Otro</b>
<b>N°</b>	4	7	5	4

Fuente: Restaurant “El Zarco”

**Tabla N° 3:** En la tabla anterior se muestra la cantidad de trabajadores según el área en la que se desempeñan, un 35% ejerce labores en el área de cocina, un 25% en el salón

del restaurant, un 20% en el área de administración y el último 20% en otras áreas de panadería y juguería.

**Indicador:** Costos indirectos de fabricación (miles de soles)

**Tabla N° 4 Costos indirectos de fabricación mensual**

Costos de fabricación Operativo	Importe
Material de aseo	130.00
Uniforme del personal de cocina y mozos	184.00
Mantenimiento de local	145.00
Suministros de cocina	392.00
Servicios básicos	120.00
Combustibles	182.00
Movilidad interna compras	187.50
Depreciaciones de bienes de cocina	195.00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>1,535.5</b>

Fuente: Restaurant “El Zarco”

**Tabla N° 4:** En el presente cuadro se plasman los gastos de fabricación operativos indirectos mensuales de la empresa que dan un total de S/1,535.50.

**Encuesta Realizada al personal que labora en el Restaurant “El Zarco”**

**(En relación a la Variable Independiente: Costos de producción)**

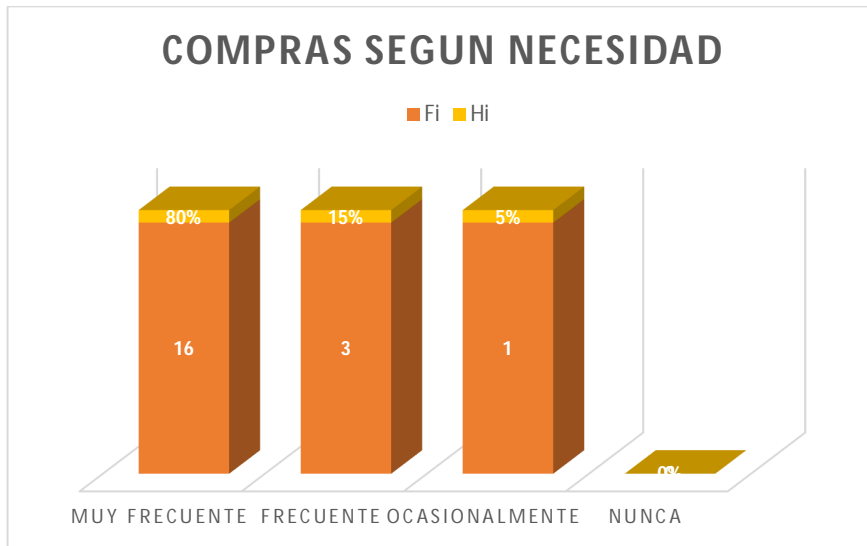
**Item N°1** ¿El Restaurante realiza las Compras según necesidad de preparación de los potajes?

**Tabla N° 5 Item N°1 Compra según necesidad de preparación de los potajes**

Alternativa	Fi	Hi
Muy frecuente	16	80%
Frecuente	3	15%
Ocasionalmente	1	5%
Nunca	0	0%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Fuente Elaboración Propia

**Tabla N° 6 Ítem N°1 Compra según necesidad de preparación de los potajes**



Fuente Elaboración propia

**Respuesta Ítem N° 1:** En el cuadro se observa que se obtuvieron en esta ocasión el 80% demuestran que Muy frecuentemente el restaurant realiza las compras según la necesidad de preparación de los potajes, mientras que un 15% responde que frecuentemente y 5% responde ocasionalmente se realizan este tipo de compras.

**Ítem N° 2** ¿El Restaurante Compra sus materias primas por grandes cantidades?

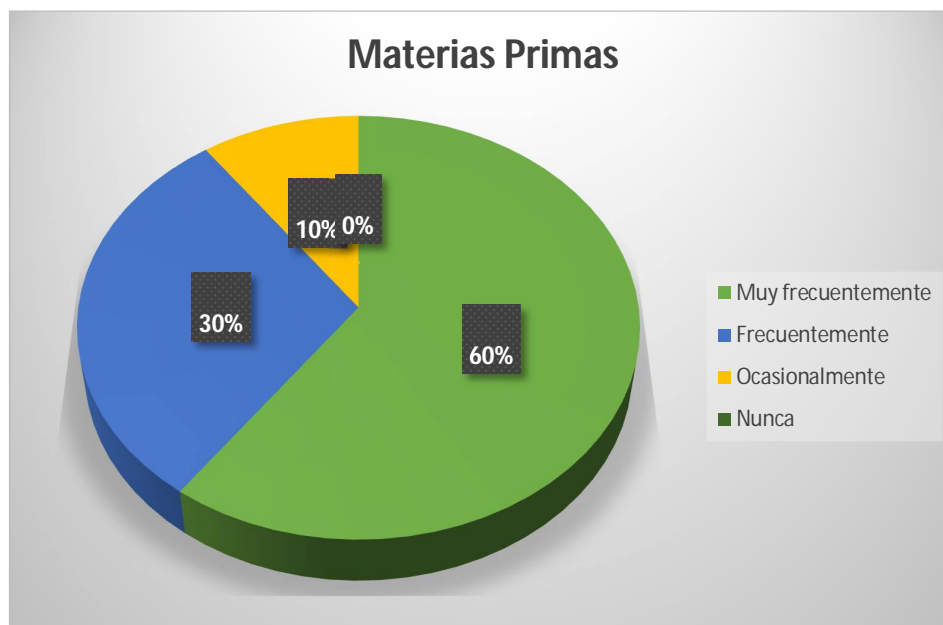
**Tabla N° 7 compra materias primas en grandes cantidades**

Alternativa	Fi	Hi
Muy frecuente	12	60%
Frecuente	6	30%
Ocasionalmente	2	10%
Nunca	0	0%
Total	20	100%

Fuente: “El Zarco”

Elaboración Propia

**Gráfico N° 1 compra materias primas en grandes cantidades**



Elaboración Propia

**Respuesta Item N° 2:** El gráfico anterior demuestra el resultado que el 60% de la población encuestada afirma que el Restaurant realiza la compra de materia prima en grandes cantidades, el otro 30% manifiesta que se hace frecuentemente y el último 10% opina que ocasionalmente.

**Item N° 3** ¿El restaurante compra su materia prima en forma planificada?

**Tabla N° 8 Compra de materia prima en forma planificada**

Alternativa	Fi	Hi
Muy frecuente	8	40%
Frecuente	6	30%
Ocasionalmente	6	30%
Nunca	0	0%
Total	20	100%

Fuente: “El Zarco”

Elaboración Propia

**Gráfico N° 2 Compra de materia prima en forma planificada**



Elaboración Propia

**Respuesta Item N° 3:** la información demuestra que el 40% de la población encuestada respondió que Muy frecuentemente se hacen compras de materia prima en forma planificada, mientras que un 30% afirma que frecuentemente y de igual forma el restante 30% dice que ocasionalmente se hacen estas compras.

**Item N° 4** ¿El Restaurante realiza capacitación al personal?

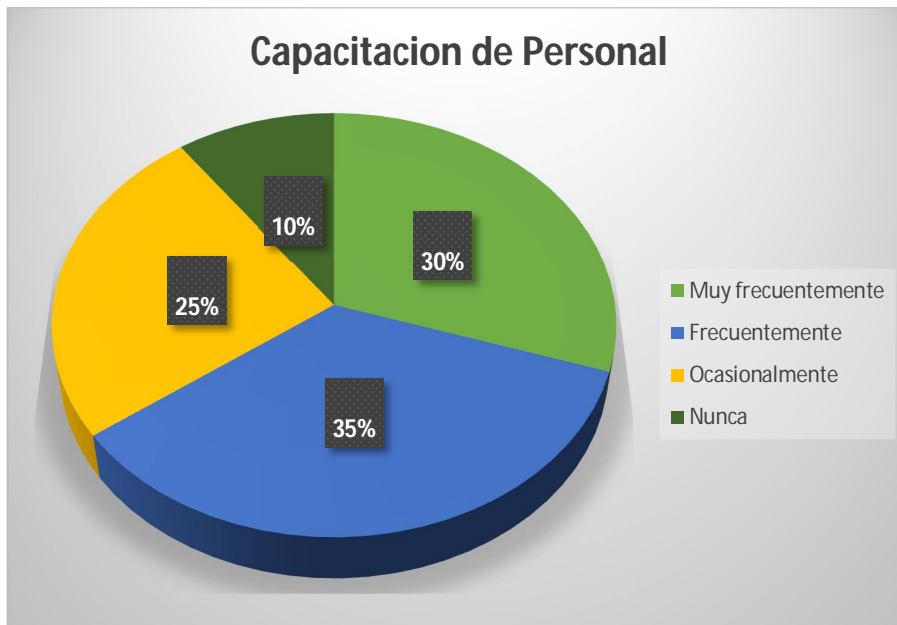
**Tabla N° 9 Capacitación al personal**

Alternativa	Fi	Hi
Muy frecuente	6	30%
Frecuente	7	35%
Ocasionalmente	5	25%
Nunca	2	10%
Total	20	100%

Fuente: “El Zarco”

Elaboración Propia

**Gráfico N° 3 capacitación al personal**



Elaboración Propia

**Respuesta Item N° 4:** Según los datos recolectados un 35% afirma que Frecuentemente se brinda capacitación al personal, por otro lado un 30% que Muy frecuentemente, un 25% dijo que ocasionalmente y un pequeño porcentaje 10% manifiesta que Nunca.

**(En relación a la Variable dependiente: Rentabilidad)**

**Realizada al personal administrativo del restaurant**

**Item N° 5:** ¿El restaurant determina la rentabilidad sobre las ventas?

**Gráfico N° 4 Rentabilidad sobre las ventas**

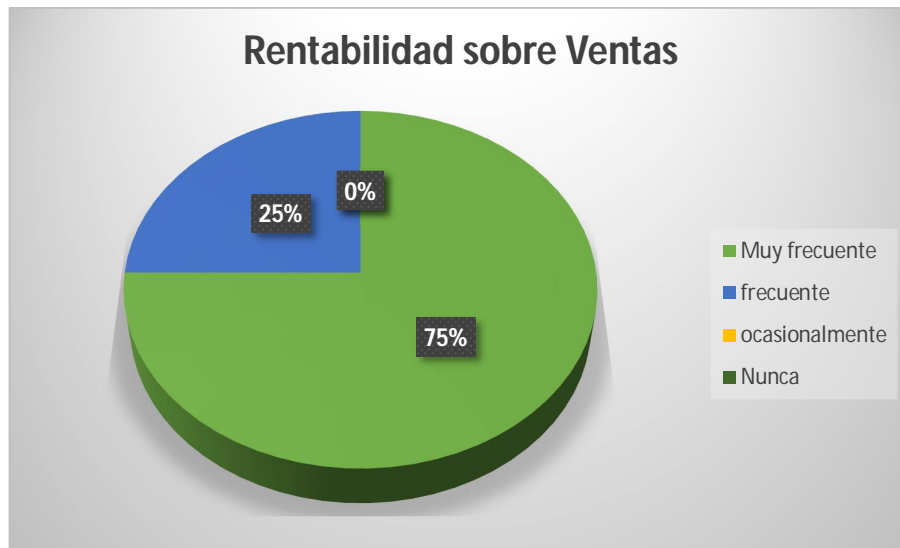
Alternativa	Fi	Hi
Muy frecuente	3	75%
Frecuente	1	25%
Ocasionalmente	0	0%
Nunca	0	0%
Total	4	100%

Fuente: “El Zarco”

Elaboración Propia



**Gráfico N° 5 Rentabilidad sobre las ventas**



Elaboración Propia

**Respuesta Item N° 5:** Un 80% de la población opina que Muy frecuentemente se determina la rentabilidad sobre las ventas, mientras que un 20% respondió que Frecuentemente.

**Item N° 6:** ¿El restaurante conoce la rentabilidad bruta después de deducir el costo de producción?

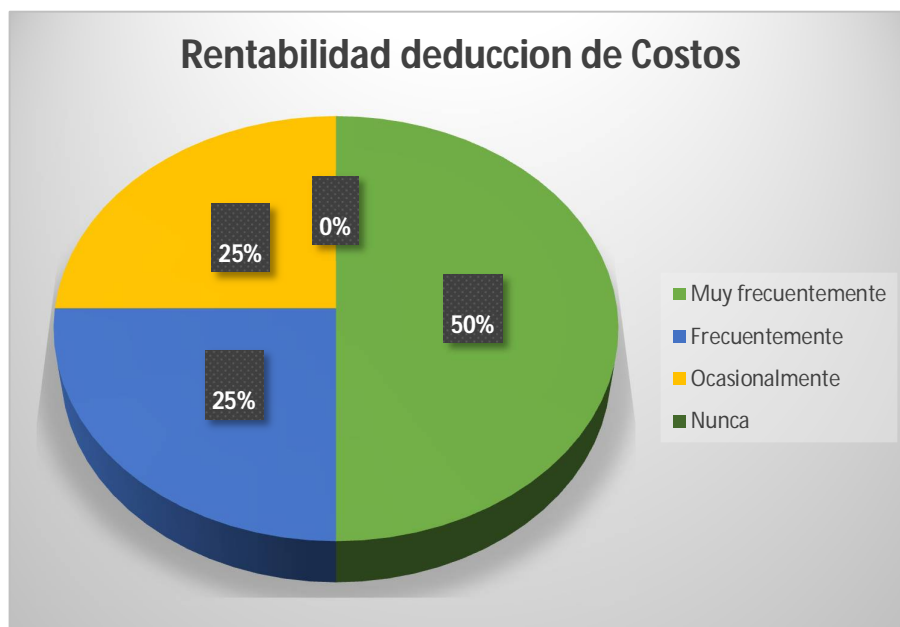
**Tabla N° 10 Rentabilidad después de deducir el costo de producción**

Alternativa	Fi	Hi
Muy frecuente	2	50%
Frecuente	1	25%
Ocasionalmente	1	25%
Nunca	0	0%
Total	4	100%

Fuente: “El Zarco”

Elaboración Propia

**Gráfico N° 6 Rentabilidad después de deducir el costo de producción**



Elaboración Propia

**Respuesta Item N° 6:** La gráfica anterior plasma que un 50% de la población dice que se conoce la rentabilidad después de deducir el costo de producción, por otro lado, un 25% dice que Frecuentemente y de igual manera un 25% opina que Ocasionalmente se conoce.

**Item N° 7:** ¿El restaurante conoce la rentabilidad Neta después de deducir todos los costos?

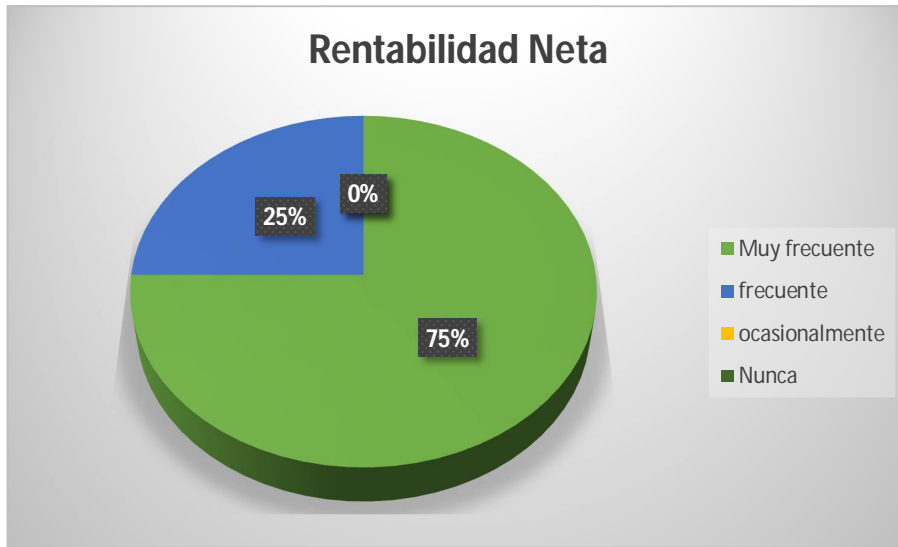
**Tabla N° 11 Rentabilidad Neta después de deducir todos los costos**

Alternativa	Fi	Hi
Muy frecuente	3	75%
Frecuente	1	25%
Ocasionalmente	0	0%
Nunca	0	0%
Total	4	100%

Fuente: “El Zarco”

Elaboración Propia

**Gráfico N° 7 Rentabilidad Neta después de deducir todos los costos**



Elaboración Propia Un 75 % de la población encuestada respondió que Muy frecuentemente Se conoce la Rentabilidad neta después de deducir todos los costos, El otro 25% dice que Frecuentemente.

**Item N° 8:** ¿Usted percibe que la utilidad obtenida por los potajes del restaurante es rentable?

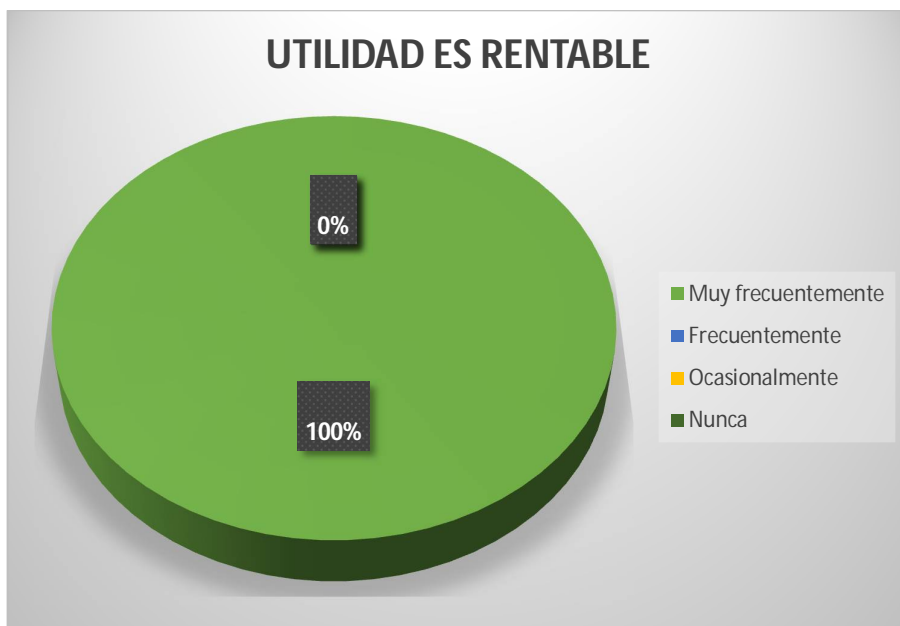
**Tabla N° 12 La utilidad obtenida por los potajes del restaurante es rentable**

Alternativa	Fi	Hi
Muy frecuente	4	100%
Frecuente	0	0%
Ocasionalmente	0	0%
Nunca	0	0%
Total	4	100%

Fuente: “El Zarco”

Elaboración Propia

**Gráfico N° 8 La utilidad obtenida por los potajes del restaurante es rentable**



Elaboración Propia

**Respuesta Item N° 8:** Se percibe que un 100% considera que la utilidad obtenida por los potajes del restaurante es rentable.

**Item N° 9** ¿El restaurante determina el índice de rentabilidad del patrimonio?

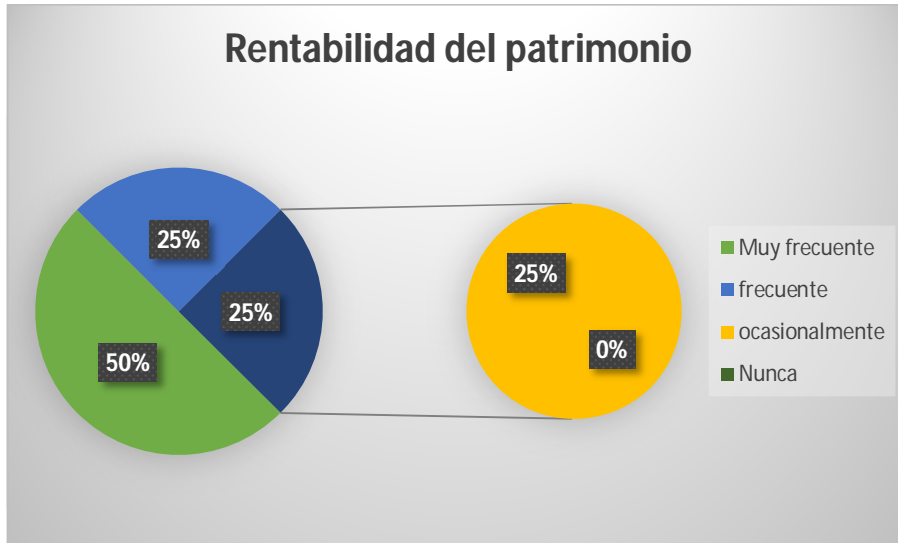
**Tabla N° 13 Índice de rentabilidad del patrimonio**

Alternativa	Fi	Hi
Muy frecuente	2	50%
Frecuente	1	25%
Ocasionalmente	1	25%
Nunca	0	0%
Total	4	100%

Fuente: “El Zarco”

Elaboración Propia

**Gráfico N° 9 Índice de rentabilidad del patrimonio**



Elaboración Propia

**Respuesta Item N° 9:** La gráfica demuestra que el 50% respondió que Muy Frecuentemente se determina el índice de rentabilidad del patrimonio, por otro lado, un 25% afirma que Frecuentemente y el restante 25% Dice que Ocasionalmente.

**Item N° 10** ¿El restaurante conoce la rentabilidad del capital social?

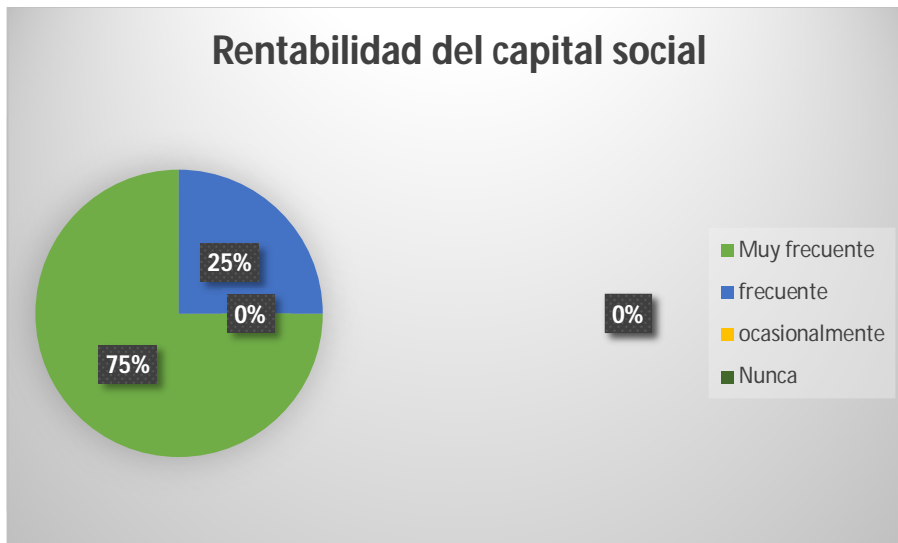
**Tabla N° 14 Rentabilidad del capital social en el Restaurante**

Alternativa	Fi	Hi
Muy frecuente	3	75%
Frecuente	1	25%
Ocasionalmente	0	0%
Nunca	0	0%
Total	4	100%

Fuente: “El Zarco”

Elaboración Propia

*Gráfico N° 10 Rentabilidad del capital social del Restaurante*



Elaboración Propia

**Respuesta Item N° 10:** la información demuestra que un 80% de la población encuestada respondió que el restaurante Muy frecuentemente conoce la rentabilidad del capital social, mientras que el 20% restante dice que Frecuentemente.

## **DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS**

La investigación ha tenido como objetivo general analizar los costos de producción y la rentabilidad del Restaurant El Zarco S.R.L.- Cajamarca, año 2020.

En los resultados de la tabla N° 1 se evidencia que, los costos en materia prima del restaurant “El Zarco”, allí se ve reflejado el aumento de los costos de materia prima en S/ 714,174 con relación al año 2019. Cuando se comprueba el costo de producción, se logra fijar el precio para la venta al público ( este el precio al público resulta de la suma del costo más el beneficio).

De igual manera, el precio de un producto está conformado por el precio de la materia prima en conjunto con el precio de la mano directa de obra utilizada durante su producción, el precio de la mano de obra indirecta empleada para el ejercicio de la empresa y el costo de amortización de la maquinaria y de los edificios.

Algunos expertos aseveran que los empresarios suelen instaurar sus precios de venta en función de los precios de la competencia, sin haber determinado si los mismos logran

cubrir sus costos. Es por ello que, un enorme conjunto de negocios no progresan, ya que no consiguen la rentabilidad que necesitan para su funcionamiento. Esto implica que ejecutar el cálculo de los costos es imprescindible para lograr una excelente gestión empresarial.

De acuerdo a los datos obtenidos en la entrevista al personal del Restaurante “El Zarco”, dicha entrevista está dividida en dos partes una constituida por 4 ítems dirigida a todo el personal de dicho establecimiento y otros 6 ítems establecidos para los trabajadores del área administrativa.

En los primeros ítems, se demuestra el resultado que las respuestas que se obtuvieron en esta ocasión el 75% indican que Muy frecuentemente el restaurant realiza las compras según la necesidad de preparación de los potajes, mientras que un 25% responde que frecuentemente se realizan este tipo de compras. La calidad de los alimentos que se obtienen siempre debe ser la mejor para lograr un producto final de calidad.

Del mismo modo, en el ítem N° de la población encuestada afirma que el Restaurant realiza la compra de materia prima en grandes cantidades, el otro 30% manifiesta que se hace frecuentemente y el último 10% opina que ocasionalmente, por lo tanto las compras deben programarse organizadamente para comprar las cantidades que realmente se necesitan en el restaurante. Mientras que el Ítem N° 3 refleja que, que el 40% de la población encuestada respondió que Muy frecuentemente se hacen compras de materia prima en forma planificada, mientras que un 30% afirma que frecuentemente y de igual forma el restante 30% dice que ocasionalmente se hacen estas compras. En este sentido, es importante la planificación previa mensual de las compras a realizar para no ocasionar pérdidas de materia prima por falta de organización o planificación.

Según los datos recolectados en el ítem N° 4 un 35% afirma que Frecuentemente se brinda capacitación al personal, por otro lado un 30% que Muy frecuentemente, un 25% dijo que ocasionalmente y un pequeño porcentaje 10% manifiesta que Nunca. Cabe resaltar que es importante brindar capacitación continua al personal, para así tener atención de calidad.

A partir de aquí la entrevista pasa a ser solo para el área administrativa.

En el Ítem N° 5 Un 80% de la población opina que Muy frecuentemente se determina la rentabilidad sobre las ventas, mientras que un 20% respondió que Frecuentemente. Es importante señalar, que se establece un buen proceso de cálculo de rentabilidad sobre las ventas del Restaurante “El Zarco”. También en el ítem N° 6 un 50% de la población dice

que se conoce la rentabilidad después de deducir el costo de producción, por otro lado, un 25% dice que Frecuentemente y de igual manera un 25% opina que Ocasionalmente se conoce. En relación a estos cálculos, es imprescindible hacer estos procedimientos continuamente para tener certeza de la rentabilidad luego hacer la deducción de los costos de producción.

En este orden de ideas, en el ítem N° 7 un 80% de la población encuestada respondió que Muy frecuentemente se conoce la Rentabilidad neta después de deducir todos los costos, El otro 20% dice que Frecuentemente. En el n° 8 se percibe que un 100% considera que la utilidad obtenida por los potajes del restaurante es rentable. Lo cual resulta muy importante para el progreso del restaurante, ya que de esto dependen sus ingresos.

El ítem N° 9 que el 50% respondió que Muy Frecuentemente se determina el índice de rentabilidad del patrimonio, por otro lado, un 25% afirma que Frecuentemente y el restante 25% Dice que Ocasionalmente. Por último, la información que muestra el ítem n° 10 evidencia que un 80% de la población encuestada respondió que el restaurante Muy frecuentemente conoce la rentabilidad del capital social, mientras que el 20% restante dice que Frecuentemente.

Pérez, M. (2012), “Los Costos de Producción y su Incidencia en la Rentabilidad de la Florícola Rosalquez S.A. en el segundo semestre del año 2010”.

Concluye que: la empresa no cuenta con un sistema de costos que permite determinar los costos reales de la producción, manejado en forma empírica y ha provocado un vacío de información que no ha facilitado una correcta y oportuna toma de decisiones.

Costos Para Altahona (2009), los costos son: La herramienta principal para poder asignar los recursos a la producción de un bien o la prestación de un servicio, asimismo es el sacrificio económico en que incurre la empresa para la producción de un bien, sin tomar en cuenta los gastos de operación que se identifican en los gastos de administración o de ventas.

En esta investigación se demostró la hipótesis “Los Costos de Producción inciden negativamente en la Rentabilidad del Restaurant El Zarco S.R.L. Cajamarca-2020.” En donde se verifica que dichos costos solo inciden negativamente cuando no se realiza una planificación en cuanto a la compra de la materia prima y a la organización del presupuesto mensual del restaurant. En general, dicho restaurant estos costos no influyen de forma negativa en la rentabilidad del restaurant “El Zarco”.





# IV. CONCLUSIÓN

## CONCLUSIÓN

La investigación estuvo enfocada en el Sistema de Costos de Producción y su Incidencia en la Rentabilidad del Restaurante El Zarco S.R.L. – Cajamarca - 2020.” Por ende, se realizó un análisis documental en cuanto a los costos de materia prima, mano de obra directa, costos administrativos y otros, los cuales dieron como conclusión:

1. Se identificaron factores como la poca planeación en cuanto a la compra de insumos en grandes cantidades, lo cual resulta dañino para la economía de la empresa, ya que puede ocasionar perdidas a corto plazo. Del mismo modo, se vuelve importante destacar que las capacitaciones brindadas al personal que labora en dicho restaurante, no se realizan de forma continua, lo cual puede causar una disminución en la calidad de atención y producto final.
2. Se determinó que el restaurante conoce la rentabilidad sobre las ventas, lo cual es factor positivo, además la población afirmó que se conoce la rentabilidad después de deducir el costo de producción, pero solo en un 50% lo que implica que se debe hacer un control sobre esto. Asimismo, la totalidad de la población encuestada afirma que la utilidad obtenida por los potajes del restaurante es rentable, lo cual resulta totalmente positivo en sus ingresos mensuales.
3. Al comparar los resultados de los años 2019 con los del 2020, se demuestra la calidad de servicios que ofrece en la empresa es alta, ya que se considera y se tiene mucho cuidado con el servicio prestado, partiendo de la adquisición y manejo de materia prima, su elaboración hasta el producto que llega al cliente y luego el mismo se retira del local.

El restaurante “El Zarco” cumple con los estándares de calidad y administración, lo que hace de éste un negocio que ofrece servicios y productos de alta calidad para sus consumidores; cabe destacar, que se debe seguir mejorando día a día para conservar la buena opinión de sus clientes.

## RECOMENDACIONES

1. Identificar los factores, y el análisis continuo del sistema administrativo para prolongar el crecimiento y la solidez del restaurante “El Zarco” de Cajamarca. Del mismo modo, se debe poner en práctica la creación e inserción de nuevas comidas de las distintas zonas del país.  
También se recomienda que, se continúe con el adiestramiento de todos sus empleados, de esta manera ninguno se quedará excluido. Por otro lado, se tienen que realizar actividades de unificación de las áreas de trabajo con el fin de consolidar los grupos de trabajo y realizar una labor más eficiente, es muy importante seguir contratando personal de la zona.
2. Al determinar la rentabilidad en las ventas, se recomienda en referencia a la infraestructura y equipos del restaurante, se recomienda optimizar los factores relacionados al exterior con el fin de hacer más llamativo el frente y dar bienestar y buena presencia a los comensales, en otro aspecto, se deben renovar algunos elementos en el área cocina y de almacenamiento, utilizando materiales apropiados para el recubrimiento de las paredes y anaqueles.  
En lo referente a la tarea socio cultural, se deberían realizar campañas en contra del acoso laboral, violencia contra la mujer y la familia, asimismo aplicar programas de adiestramiento en contenidos culinarios y atención al cliente encaminados a miembros de la comunidad, con el propósito de formar en el personal las capacidades que admita vincularse con la actividad económica de su localidad.
3. Al comparar los resultados del año 2019 -2020 se recomienda, que se realice una evaluación continua del servicio del Restaurante “El Zarco” de Cajamarca, esto permitirá el avance continuo del negocio, para de esta manera alcanzar las metas trazadas y ser una empresa de calidad reconocida a nivel local, regional y nacional.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Apaza, M. (2011). “Gestión financiera empresarial: análisis, modelos y programas en Excel”, Lima-Perú: editora y distribuidora real SRL.
- Arias, L. (2010). “La distribución de Costos Indirectos”. Colombia.
- Barrero, M. (2020) La importancia de medir la rentabilidad.
- Calderón, J. (2010). “Contabilidad de Costos II”, Lima-Perú: JCM. Editores.
- Casiano y Nieves (2017) Incidencia De Los Costos De Producción En La Rentabilidad De La Panadería Y Pastelería Fonil Sal, Moche, 2017.
- Chaccha, D. (2015). “Fuentes de Financiamiento Empresarial”, Madrid. o Chambergo, I. (2014). “Contabilidad de Costos para la Toma de Decisiones Aplicación Práctica”: Pacifico Editores SAC, Lima – Perú.
- Diccionario aplicativo para contadores (2012)-Contadores & Empresas, definiciones de términos básicos.
- Evangelistas y Miñano (2018) Costos De Producción Y Su Incidencia En La Rentabilidad De Los Periodos 2016 Y 2017 De La Empresa “Ocian Forcé S.A.C” – Chimbote
- Flores, J. (2014). “Costos y Presupuestos: Teoría y Práctica”, Lima – Perú: Centro de Especialización en Contabilidad y Finanzas E.I.R.L.
- Guzmán, C. (2005). “Ratios financieros y Matemática de la Mercadotecnia”, Lima – Perú: digital acroback. o Hernández, R.; Fernández, B. y Baptista, P. (2007). “Metodología de la Investigación”, Colombia: panamericano formas impresos S.A.
- Jiménez, W. (2010). “Contabilidad de Costos”; Bogotá – Colombia: fundación para la educación superior san mateo



María Isabel Duque-Roldán, Jair Albeiro Osorio-Agudelo, Didier Mauricio Agudelo-Hernández, Costos estándar y su aplicación en el sector manufacturero colombiano, Cuadernos de Contabilidad: Vol. 12 Núm. 31 (2011)

Pérez M. (2012) Los costos de producción y su incidencia en la rentabilidad de la Florícola Rosalquez s.a., en el segundo semestre del año 2010.

Rivadeneira (2014) La Elaboración De Presupuestos En Empresas Manufactureras.

Editado por la Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso.

Zamora (2008) Rentabilidad Y Ventaja Comparativa: Un Análisis De Los Sistemas De Producción De Guayaba En El Estado De Michoacán.

Rivadeneira, T. (2014) Proyecto De Factibilidad Para La Implementación De Una Empresa De Empacamiento Al Vacío De Pechugas De Pollo Y Su Comercialización En La Ciudad De Quito.



# ANEXOS

## ENCUESTA

Ítems	Muy frecuentemente	Frecuentemente	Ocasionalmente	Nunca
<b>Item N°1</b> ¿El Restaurante realiza las Compras según necesidad de preparación de los potajes?				
<b>Item N° 2</b> ¿El Restaurante Compra sus materias primas por grandes cantidades?				
<b>Item N° 3</b> ¿El restaurante compra su materia prima en forma planificada?				
<b>Item N° 4</b> ¿El Restaurante realiza capacitación al personal?				
<b>Item N° 5:</b> ¿El restaurante determina la rentabilidad sobre las ventas?				
<b>Item N° 6:</b> ¿El restaurante conoce la rentabilidad bruta después de deducir el costo de producción?				
<b>Item N° 7:</b> ¿El restaurante conoce la rentabilidad Neta después de deducir todos los costos?				
<b>Item N° 8:</b> ¿Usted percibe que la utilidad obtenida por los potajes del restaurante es rentable?				
<b>Item N° 9</b> ¿El restaurante determina el índice de rentabilidad del patrimonio?				
<b>Item N° 10</b> ¿El restaurante conoce la rentabilidad del capital social?				

