



**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**CARRERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

Proyecto de PROPEC previo a la  
obtención del título de Ingeniera en  
Contabilidad y Auditoría

**TEMA:**

**COSTO DE PRODUCCIÓN EN LA DISTRIBUCIÓN Y  
RECAUDACIÓN DE LA COMIDA EXPRESS DEL RESTAURANTE  
EL GRAN CHAPARRAL DEL CANTÓN BUENA FE AÑO 2015**

**AUTOR:**

JOSÉ LUÍS ARRUNATEGUI YANEZ

**TUTORA:**

CPA. ROSA MARJORIE TORRES BRIONES. MSc

QUEVEDO - ECUADOR

2015





**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**CARRERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

Proyecto de PROPEC previo a la  
obtención del título de Ingeniera en  
Contabilidad y Auditoría

**TEMA:**

**COSTO DE PRODUCCIÓN EN LA DISTRIBUCIÓN Y  
RECAUDACIÓN DE LA COMIDA EXPRESS DEL RESTAURANTE  
EL GRAN CHAPARRAL DEL CANTÓN BUENA FE. AÑO 2015**

**AUTOR:**

JOSÉ LUÍS ARRUNATEGUI YANEZ

**TUTORA:**

CPA. ROSA MARJORIE TORRES BRIONES. MSc

QUEVEDO - ECUADOR

2015

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS**

Yo, JOSÉ LUÍS ARRUNATEGUI YANEZ, declaro que los criterios emitidos en este trabajo de graduación es original, auténtico y personal, que no ha sido presentado para ningún grado o calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

f. \_\_\_\_\_

**JOSÉ LUÍS ARRUNATEGUI YANEZ**

**AUTOR**

## **CERTIFICACIÓN DE LA TUTORA DEL PROYECTO**

La suscrita, **CPA. ROSA MARJORIE TORRES BRIONES. MSc**, Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que el Egresado **José Luí́s Arrunátegui Yánez**, realizó el proyecto de investigación previo a la obtención del título de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría de grado titulada “**COSTO DE PRODUCCIÓN EN LA DISTRIBUCIÓN Y RECAUDACIÓN DE LA COMIDA EXPRESS DEL RESTAURANTE EL GRAN CHAPARRAL DEL CANTÓN BUENA FE. AÑO 2015**”, bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto

Por lo antes expuesto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente para que sea sometido a evaluación por la Comisión designada por el H. Consejo Directivo.

f. \_\_\_\_\_

**CPA. ROSA MARJORIE TORRES BRIONES. MSc**  
**TUTORA DEL PROYECTO**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**CARRERA DE INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

Presentado al Honorable Consejo Directivo como requisito previo a la obtención del título de Ingeniero de Contabilidad y Auditoría

**APROBADO**

**DRA. BADIE CEREZO SEGOVIA, MSc.**  
**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

**ING. JANET FRANCO CEDEÑO, MSc**  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

**LCDA. KARINA AREVALO BRIONES, MSc**  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

Quevedo – Ecuador  
2015

## **AGRADECIMIENTO**

Tras haber culminado con éxito mis estudios universitarios y el desarrollo de mi proyecto de investigación, agradezco a DIOS Todopoderoso por sus bendiciones y protección divina que me ha permitido alcanzar la obtención de mi Título Profesional.

A mi Madre, que con su cariño y apoyo incondicional ha sido el pilar fundamental de mis objetivos alcanzados.

A la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, y su personal docente que durante el transcurso de los años me brindó la oportunidad de prepararme a través de sus conocimientos y experiencias en sus instalaciones, para formarme y realizarme como profesional.

A la Cpa. Rosa Marjorie Torres Briones. MSc, Director de mi tesis, que con paciencia y constancia supo brindarme el tiempo y apoyo necesario que contribuyó al desarrollo y elaboración de este proyecto.

Y finalmente agradezco a todas las personas que me proporcionaron la información necesaria para desarrollar mi proyecto investigativo y finalizar con éxito mi tesis de grado.

**José**

## **DEDICATORIA**

El esfuerzo y dedicación asignado en este proyecto, se lo dedico a DIOS, Todo poderoso, por las bendiciones recibidas y por dotarme de sabiduría, perseverancia y fé, para culminar con éxito mis estudios universitarios.

A mi Madre, quien con su cariño y apoyo permanente me supo guiar y conducir hacia los objetivos de superación y con su ejemplo a superarme como persona y profesional.

A mi Esposa Rosa Ruiz, que con su apoyo, cariño y comprensión me proporcionó la fuerza para continuar mi preparación y alcanzar mis metas propuestas.

A mi hijo. Thiago Arrunategui, quien ha sido mi fuente de inspiración para la culminación de este proyecto de investigación.

A mis amigas que siempre me brindaron su apoyo.

**José**

<b>( DUBLIN CORE) ESQUEMA DE CODIFICACIONES</b>			
<b>1</b>	Título / Tittle	<b>M</b>	Costo de producción en la distribución y recaudación de la comida express del restaurante el gran chaparral del cantón Buena Fe. año 2015
<b>2</b>	Creador / Creator	<b>M</b>	José Luís Arrunátegui Yánez
<b>3</b>	Materia / Subject	<b>M</b>	Contabilidad y Auditoría.
<b>4</b>	Descripción / Description	<b>M</b>	La presente investigación se realizó en el Cantón Buena Fe, Provincia de Los Ríos, con el objetivo de incentivar a una correcta política de comunicación, establecer los objetivos, evaluar los programas a largo plazo e identificar las fortalezas y debilidades y señalar aquellas áreas que requieren actividades adicionales.
<b>5</b>	Editor / Publisher	<b>M</b>	FCE; Carrera Ingeniería en Contabilidad y Auditoría;
<b>6</b>	Colaborador/Contributor	<b>O</b>	Ninguno
<b>7</b>	Fecha / Date	<b>M</b>	28 – 03 – 2015
<b>8</b>	Tipo / Type	<b>M</b>	Proyecto de Investigación, Artículo.
<b>9</b>	Formato / Format	<b>R</b>	.docx MS Word 2010; .pdf
<b>10</b>	Identificador / Identifier	<b>M</b>	
<b>11</b>	Fuente / Source	<b>O</b>	Restaurante El Gran Chaparral
<b>12</b>	Idioma / Language	<b>M</b>	Español.
<b>13</b>	Relación / Relation	<b>O</b>	Ninguno.
<b>14</b>	Cobertura / Coverage	<b>M</b>	Localización Ámbito Empresarial.
<b>15</b>	Derechos / Rights	<b>O</b>	Ninguno.
<b>16</b>	Audiencia / Audience	<b>O</b>	Proyecto de Tesis.

# ÍNDICE GENERAL

<b>Contenido</b>	<b>Pág.</b>
PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN.....	iii
AUTORÍA.....	iv
TRIBUNAL.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
DEDICATORIA.....	vii
DUBLIN CORE.....	ix
INDICE GENERAL.....	x
INDICE DE CUADROS.....	xi
RESUMEN EJECUTIVO.....	xviii
ABSTRAC.....	xix
<b>I. MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Introducción.....	1
1.2. Problematización.....	3
1.2.1. Planteamiento del problema.....	3
1.2.2. Formulación del problema.....	3
1.2.3. Sistematización del problema.....	4
1.3. Justificación.....	5
1.4. Objetivo.....	6
1.4.1. Objetivo General.....	6
1.4.2. Objetivos Específicos.....	6
<b>II. MARCO TEORICO DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>7</b>
2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	7
2.1.1 Costo de producción.....	7
2.1.2 Elementos del costo de producción.....	7
2.1.2.1 Materiales.....	7
2.1.2.2 Mano de Obra.....	8
2.1.2.3 Costos indirectos.....	8

2.1.3	Factores de Costos y Administración de Costos.....	8
2.1.4	Factores de Costos y Administración de Costos.....	9
2.1.5	Sistema de costeo por procesos en la fabricación .....	9
2.1.5.1	Sistema de costeo por órdenes .....	9
2.1.5.2	Sistema de costeo por procesos.....	10
2.1.6	Consumo de materias primas .....	10
2.1.7	La empresa.....	11
2.1.7.1	Objetivo de la empresa .....	11
2.2.	<b>FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL .....</b>	<b>11</b>
2.2.1	Costo de producción .....	11
2.2.2	Materiales.....	12
2.2.3	Mano de Obra .....	12
2.2.4	La empresa .....	12
2.2.5	Canal de distribución.....	13
2.2.6	Demanda.....	13
2.2.7	Producto.....	13
2.2.8	Oferta .....	13
2.2.9	Precio.....	14
2.2.10	Inversión.....	14
2.2.11	Costos de operación .....	14
2.2.12	Ingresos .....	14
2.3.	<b>FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....</b>	<b>15</b>
2.3.1	Código de la producción.....	15
<b>III.</b>	<b>METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>18</b>
3.1.	Materiales y métodos.....	18
3.1.1.	Ubicación de la investigación.....	18
3.1.2.	Materiales y equipos .....	18
3.1.3.	Métodos de investigación .....	19
3.1.3.1.	Investigativo .....	19
3.1.3.2.	Analítico .....	19
3.1.3.3.	Científico.....	19
3.1.3.4.	Sintético .....	19

3.2.	Tipo de investigación .....	20
3.2.1.	Documental.....	20
3.2.2.	De campo .....	20
3.3.	Técnicas e Instrumento de Evaluación .....	20
3.3.1.	Encuesta.....	20
3.4.	Fuentes de investigación .....	20
3.4.1.	Primaria .....	21
3.4.2.	Secundaria.....	21
3.5.	Población y Muestra .....	21
3.5.1.	Población .....	21
3.5.2.	Muestra.....	21
<b>IV.</b>	<b>RESULTADOS .....</b>	<b>22</b>
4.1	Encuestas realizadas a los clientes del restaurante El Gran Chaparral del cantón Buena Fe .....	22
4.2.	Costos directos e indirectos .....	30
4.2.1	Costos directos .....	30
4.2.2	Costo indirecto.....	30
4.2.2.1	Costos fijos indirectos .....	30
4.2.2.2.	Gastos administrativos.....	31
4.2.3.	Costo total.....	32
4.2.3.1	Costo total unitario .....	32
4.2.3.2	Costo total.....	33
4.3.	Determinación del ingreso .....	34
4.3.1	Ingresos .....	34
4.3.2	Estado de pérdidas y ganancias.....	34
<b>V.</b>	<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>35</b>
<b>VI.</b>	<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>36</b>

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>Contenido</b>	<b>Pág.</b>
1. Tiempo consumiendo comida .....	22
2. Satisfacción con la presentación.....	23
3. Satisfacción con el servicio .....	24
4. Satisfacción con el sabor de la comida .....	25
5. Inconvenientes de atraso de la comida .....	26
6. Precio de la comida express .....	27
7. Medio de pago .....	28
8. Preferencia por consumir la comida express .....	29
9. Platos elaborados .....	30
10. Costos fijos indirectos .....	30
11. Gastos administrativos .....	31
12. Beneficios sociales.....	31
13. Costo total unitario .....	32
14. Costo total .....	33
15. Ingresos .....	34
16. Estado de pérdidas y ganancias .....	34

# ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Contenido</b>	<b>Pág.</b>
1. Tiempo consumiendo comida .....	22
2. Satisfacción con la presentación.....	23
3. Satisfacción con el servicio .....	24
4. Satisfacción con el sabor de la comida .....	25
5. Inconvenientes de atraso de la comida .....	26
6. Precio de la comida express .....	27
7. Medio de pago .....	28
8. Preferencia por consumir la comida express .....	29

## RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación se la realizó para determinar el costo de producción que tiene el restaurante el Gran Chaparral del cantón Bueno Fe por el servicio de distribución y recaudación de la comida express a los distintos clientes. Una vez obtenido los resultados de los costos de producción de las hamburguesas, hot dot y salchipapa se procedió a determinar el costo de distribución y recaudación, por lo cual se calculó los costos indirectos y directos de esta actividad. Además se le realizó una encuesta a los clientes del restaurante para saber las preferencias y gusto al momento que han consumido los platos del restaurante, se puede mencionar que existe total satisfacción por el servicio que actualmente viene realizando el restaurante. Por medio de las encuestas realizadas a los clientes del restaurante El Gran Chaparral, los cuales el 76% de ellos expresaron que se sienten satisfechos por el servicio de distribución y recaudación del servicio de comida exprés. El costo directo tiene un valor de \$ 85.524.00, costo indirecto \$ 7.480.00 y el gasto de administración de es \$ 18.969.60, estos costo están incluidos el pago a un chofer y auxiliar para realizar ddistribución y recaudación del servicio de comida exprés. De acuerdo al estado de pérdidas y ganancia, se muestra que el Restaurante El Gran Chaparral por el servicio de distribución y recaudación de comida express va tener una utilidad neta de \$ 22.450.77 dólares

## **ABSTRAC**

This research was conducted to determine the cost of production which has the Gran Chaparral Restaurant Canton Good Faith for service distribution and collection of food express to different customers. After obtaining the results of the production costs of hamburgers, hot dot and salchipapa proceeded to determine the cost of distribution and collection, so indirect and direct costs of this activity was calculated. In addition you will be surveyed customers dl restaurant to know the preferences and tastes when you have consumed the restaurant's dishes, you can mention that there is complete satisfaction with the service currently being made by the restaurant. Through the surveys of customers of the restaurant El Gran Chaparral, which 76% of them said they are satisfied by the delivery service and collection service espresso food. The direct cost is valued at \$ 85.524.00, indirect cost \$ 7.480.00 and expense management is \$ 18.969.60, these costs are included payment to a driver and assistant for distribution and collection of food service Out. According to the profit and loss statement, shows that the Restaurant El Gran Chaparral by the delivery service and express food drive will have a net income of \$ 22.450.77

**CAPÍTULO I**  
**MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN**

## 1.1. INTRODUCCIÓN

La determinación del costo de producción dentro de una empresa contribuye a un óptimo desarrollo en sus operaciones cotidianas, además permite tener una mejor toma de decisiones en los directivos de la empresa.

Actualmente en el Ecuador existen empresas que tienen la necesidad de posesionar en el mercado, por lo cual se ven obligados a recurrir a tecnología como medio que les permita competir con otras empresas, descuidando la parte contable. Esta necesidad no le ha permitido conocer los costos reales que tienen en la distribución, ofertando productos, basados en los precios del mercado, corriendo el riesgo de que les representen pérdidas por realizar esta actividad.

El gran crecimiento a nivel comercial que ha experimentado el cantón de Buena Fe, esto se debe que actualmente muchas de las personas que se encuentra trabajando y por no poseer tiempo para regresar a sus domicilio a comer, tienen la necesidad que empresas que les puedan suministrar comida exprés en donde se encuentra realizando sus actividades diarias.

La determinación de los costos de distribución de la comida exprés del restaurante El Gran Chaparral del cantón Buena Fe, permite el interés por aplicar un proceso de costos por órdenes de producción, que se convierta en el eje central de los diversos procedimientos, que establezcan determinar el costo total por la distribución de la comida exprés.

En la presente investigación se van estudiar los siguientes capítulos que permitirán desarrollar el proyecto.

**CAPITULO I.-** Se describe el problema que tiene el Restaurante El Gran Chaparral, asimismo hace referencia de la importancia y justificación del porque se lleva a cabo la investigación y cuáles son los objetivos que permitirá encontrar los resultados requeridos.

**CAPÍTULO II.-** Corresponde al marco teórico en donde se describe teorías, conceptos y leyes de los diferentes autores que tienen relación con el tema de la presente investigación sobre los costos de producción.

**CAPÍTULO III.-** Contiene los tipos y métodos de investigación que permitirán buscar la información sobre los costos de producción en la distribución y recaudación de la comida exprés del restaurante El Gran Chaparral del cantón Buena Fe.

**CAPÍTULO IV.-** Aquí se encuentran los resultados hallados en la presente investigación sobre los costos en la distribución y recaudación de la comida exprés del restaurante El Gran Chaparral del cantón Buena Fe.

**CAPÍTULO V.-** Es donde se describe las conclusiones que se pudieron hallar una vez efectuados los resultados de la investigación.

**CAPÍTULO VI.-** Corresponde la bibliografía de los autores que permitieron elaborar el marco teórico de la presente investigación.

**CAPÍTULO VII.-** Aquí se muestra los anexos documentos de respaldo en la investigación sobre los costó de producción.

## **1.2. PROBLEMATIZACION**

### **1.2.1. Planteamiento del problema**

Se puede observar que ciertas organizaciones a pesar de tener la gran responsabilidad de dirigir el destino de las empresas, están desarrollando su actividad sin una correcta determinación y relación de los costos de producción, el cual permita tener una información contable confiable y por ende mantener un registro de los costos directo e indirecto en forma eficiente, eficaz de los movimientos internos y externos de los productos elaborados evitando la existencia de desperdicio de materia prima y recursos.

Es necesario que los costos de producción se encuentren bien establecidos esto ayudará a mejorar o mantener la imagen entre los clientes ya que ellos son quienes perciben desde afuera las fortalezas o debilidades administrativas, cuando una empresa no realiza el costo de producción es difícil que sean consistentes en sus precios y mucho menos tienen poder para controlar e imponer precios en un mercado libre, puesto que la Ley de antimonopolio vigente y la presencia creciente de nuevas marcas y productos, hacen esta intención materialmente imposible de ejecutar.

Restaurante El Gran Chaparral una empresa dedicada a la comercialización y recaudación de comida exprés el cual no cuenta con una determinación de los costos de producción por cuanto no se tiene información efectiva y confiable es decir no existe un documento en el cual se evidencie que existe una base fundamentada para la toma de decisiones gerenciales.

### **2.2.2. Formulación del problema**

¿Cuál es el costo en la distribución y recaudación de la comida exprés del restaurante el Gran Chaparral del cantón Buena Fe. Año 2015?

### **2.2.3. Sistematización del problema**

- ¿Cuál es la satisfacción de los clientes por el servicio de distribución y recaudación de la comida exprés del restaurante El Gran Chaparral?
- ¿Cuál es el costo total que incurre el restaurante El Gran Chaparral por el servicio de distribución y recaudación de la comida exprés?
- ¿Cuál es el ingreso por el servicio de distribución y recaudación de la comida exprés del restaurante El Gran Chaparral?

### **1.3. JUSTIFICACIÓN**

La actual investigación tiene importancia económica, debido a que el restaurante es generadora de empleo tanto directa como indirectamente, la cual busca optimizar la toma de decisiones mediante las cuales se pueda asegurar la viabilidad financiera y estabilidad de la misma, garantizando empleo a un sinnúmero de miembros inmiscuidos en ella.

Este proyecto pretende contribuir al crecimiento del restaurante sobre todo en el área de costos y por ende mejorar los ingresos.

La originalidad de esta investigación está dada en cuanto aún no se ha realizado una investigación de este tipo que vaya orientada a satisfacer una de las tantas necesidades del restaurante El Gran Chaparral.

Este proyecto pretende a contribuir al crecimiento del restaurante el Gran Chaparral aumentando el valor de venta de los productos mediante la reducción de los costos de producción.

La presente investigación se la puede definir que va tener los siguiente beneficiarios, como beneficiario directo están los propietarios del Restaurante El Gran Chaparral del cantón Buena Fe debido que podrán conocer el costo de producción que tienen por realizar la actividad de distribución y recaudación de comida exprés y así poder reducir costos, además los beneficiarios indirectos estarían los clientes ya que podrán por medio de este estudio que se les está cobrando un precio acorde a las necesidades del negocio y que no se vean perjudicado por el precio final del servicio.

## **1.4. OBJETIVOS**

### **1.4.1. General**

Determinar el costo en la distribución y recaudación de la comida express del restaurante el gran chaparral del cantón buena fe. Año 2015.

### **1.4.2. Especifico**

- Analizar la satisfacción de los clientes por el servicio de distribución y recaudación de la comida express del restaurante El Gran Chaparral.
- Establecer el costo total que incurre el restaurante El Gran Chaparral por el servicio de distribución y recaudación de la comida express.
- Establecer los ingresos por el servicio de distribución y recaudación de la comida express del restaurante El Gran Chaparral.

**CAPÍTULO II**  
**MARCO TEORICO DE LA INVESTIGACIÓN**

## **2.1. FUNDAMENTACIÓN TEORICA**

### **2.1.1. Costo de producción**

Valor del conjunto de bienes y esfuerzos en que se ha incurrido o se va a incurrir, que deben consumir los centros fabriles para obtener un producto terminado en condiciones de ser entregados al sector comercial (Baca, 2011, pág. 169)

### **2.1.2. Elementos del costo de producción**

Los elementos del costo de un producto o sus componentes integrales son los costos de fabricación y mano de obra (Horngren, 2013, pág. 158)

Esta clasificación proporciona a la gerencia la información necesaria para la medición del ingreso y la fijación de precios del producto. A continuación se definen los elementos de un producto.

### **2.1.3. Clasificación de los costos**

Las clasificaciones de costos pueden hacerse basadas en (Polimeni, 2011, pág. 15).

- 1. Función del negocio: Estrategia y administración**
- 2. Factor de costos: Costos variables, Costos fijos**
- 3. Costos capitalizables no inventariables, Costos del periodo.**

#### **2.1.4. La empresa**

La empresa es la unidad económica productiva con ánimo de lucro que asume riesgos y que desarrolla y asume sus actividades dirigidas por un empresario (Baca, 2011, pág. 145)

Toda empresa es una organización o unidad organizada, por lo tanto, un conjunto de personas que mantienen relaciones formales e informales y con objetivos específicos

##### **2.1.4.1. Objetivo de la empresa**

- Obtener máxima producción y beneficios, desarrollo económico y estabilidad del trabajo
- El objetivo del máximo beneficio, indica la rentabilidad del negocio, el cual debe dar un mínimo rendimiento por el capital invertido y aplicada la tasa de interés del mismos
- Lograr aumentando las cifras de producción y venta. Para lograr este crecimiento se requiere la lógica inversión con capital que puede ser externo

## **2.2. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL**

### **2.2.1. Costo de producción**

Valor del conjunto de bienes y esfuerzos en que se ha incurrido o se va a incurrir, que deben consumir los centros fabriles para obtener un producto terminado en condiciones de ser entregados al sector comercial (Baca, 2011, pág. 169)

### **2.2.3. Mano de Obra**

Es el esfuerzo físico o mental gastado en la fabricación de un producto. El costo de la mano de obra se puede dividir en mano de obra directa y mano de obra indirecta (Polimeni, 2011, pág. 25)

### **2.2.4. La empresa**

La empresa es la unidad económica productiva con ánimo de lucro que asume riesgos y que desarrolla y asume sus actividades dirigidas por un empresario (Acevedo, 2011, pág. 76)

Toda empresa es una organización o unidad organizada, por lo tanto, un conjunto de personas que mantienen relaciones formales e informales y con objetivos específicos (Norolhaus, 2010, pág. 247)

### **2.2.5. Canal de distribución**

El canal de distribución es el conjunto de organizaciones que dependen entre si y que participan en el proceso de poner un producto o servicio a disposición del consumidor o usuario industrial (Kotler, 2010, pág. 74).

### **2.2.6. Demanda**

Se entiende por demanda la cantidad de bienes o servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado (Vallejo, 2012, pág. 85).

### **2.2.7. Producto**

Una afirmación clásica en el mundo comercial es que el producto es el corazón del marketing. Para el marketing el producto es mucho más que un objeto. Los clientes compran satisfacciones, no productos. Siguiendo esta idea, podemos

definir el producto como un conjunto de atributos físicos, de servicio y simbólico que producen satisfacciones o beneficios al usuario o comprador (Belío & Sainz, 2010).

Es el conjunto de atributos o características tangibles e intangibles bajo una forma fácilmente reconocida e identificable que el comprador puede aceptar para satisfacer sus necesidades (Reales, 2010, pág. 36).

#### **2.2.8. Oferta**

Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) esta dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado (Baca, 2011, pág. 25).

#### **2.2.9. Precio**

El precio es el valor económico que se adjudica a un producto o servicio e implica el desembolso que un individuo habrá de efectuar para obtenerlo. Para realizar una transacción económica, oferentes y demandantes habrá de estar de acuerdo respecto de dicho valor. Como instrumento competitivo, el precio deberá ser tan bajo sea, posible y para ello será necesario remontar los eventuales déficit con la ayuda de campañas de fundrasing (Kotler, 2010, pág. 20).

#### **2.2.10. Inversión**

Gastos dedicados a la adquisición de bienes que no son de consumo final, bienes de capital sirven para producir otros bienes. En un sentido más amplio la inversión es el flujo de dinero que se encamina a la creación o mantenimiento de bienes de capital y a la realización de proyectos que presumen lucrativos. La inversión es el uso de factores de producción para producir bienes de capital que satisfagan las necesidades del consumidor de

una forma indirecta pero más planea en el futuro (Sapag & Sapag, 2012, pág. 38).

### **2.2.11. Costos de operación**

Son todos los gastos en que la empresa incurre para su funcionamiento normal, es decir, todo el dinero que necesita para comenzar la producción (Robbins, 2011, pág. 56).

### **2.2.12. Ingresos**

Cantidad que es pagada o debida a una entidad a cambio de la venta de sus productos o prestación de un servicio (Chiriboga, 2013, pág. 63)

Es el cobro a los clientes, multiplicado por el número de unidades vendidas, es lo que se paga por cada actividad de la compañía; producción, finanzas, ventas, distribución, etc (Norolhaus, 2010, pág. 69).

## **2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL**

### **2.3.1. Código de la producción<sup>1</sup>**

Art. 56.- Registro Único de las MIPYMES.- Se Crea el Registro Único de las MIPYMES como una base de datos a cargo del Ministerio que presida el Consejo Sectorial de la Producción, quien se encargará de administrarlo; para lo cual, todos los Ministerios sectoriales estarán obligados a entregar oportunamente la información que se requiera para su creación y actualización permanente

Art. 57.- Democratización productiva.- En concordancia con lo establecido en la Constitución, se entenderá por democratización productiva a las políticas, mecanismos e instrumentos que generen la desconcentración de factores y

---

<sup>1</sup> (CODIGODELAPRODUCCIÓN, 2010)

recursos productivos, y faciliten el acceso al financiamiento, capital y tecnología para la realización de actividades productivas

**CAPÍTULO III**  
**METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

## **3.1. MATERIALES Y METODOS**

### **3.1.1 Ubicación de la investigación**

La presente investigación se la realizó en el cantón de Buena fe, se encuentra a 190 kilómetros de la ciudad de Guayaquil y posee un agradable clima tropical con una temperatura medias, se halla a una altura de 74 metros sobre el nivel del mar con un área de 1.119 km<sup>2</sup> es un cantón que pertenece a la provincia de Los Ríos, EL cantón Buena Fe tiene una latitud de 4° 7" S´ y una longitud de 79° 48" ´

### **3.1.2. Materiales y equipos**

- Computadora
- Flas memoria de 8 Gb
- Cartuchos a color
- Cartuchos negros
- Compa disc RW
- Lapiceros
- Borrador
- Copias
- Lápices
- Tarjeta celular
- Empatados
- Anillados
- Cuaderno

### **3.1.3. Métodos de investigación**

#### **3.1.3.1. Investigativo**

En la fase de preparación para la investigación, se plantearon los objetivos sobre las fases del costo de producción en la distribución y recolección de la comida exprés.

#### **3.1.3.2. Analítico**

A través de este método se analizó la estructura de los costó de distribución y recolección en el restaurante El Gran Chaparral del canon Buena Fe, fundamental para la compresión objetiva del fenómeno, sus campos problemáticos, la comprobación de la hipótesis y alcanzar los objetivos planteados en la investigación.

#### **3.1.3.3. Científico**

Se efectuó a través de la aplicación del marco teórico en el desarrollo de la investigación en la distribución y recaudación de la comida exprés.

#### **3.1.3.4. Sintético**

El método sintético se utilizó en el resumen de los aspectos generales de la investigación, particularizándolos en la compilación de los datos una vez que se desarrolló la investigación de campo. Este nos obliga a ser concretos y conocidos.

## **3.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

### **3.2.1. Documental**

Se la utilizo como punto de partida para el análisis de los diferentes campos problemáticos y marco de referencia contenidos en la revisión de literatura, cuya búsqueda de información se realizó en fuentes de consulta contenidas en libros, revistas, datos estadísticos que permitieron reunir información sobre los costos de producción.

### **3.2.2. De campo**

Esta investigación permitió recabar datos e informar de la realidad donde se realizó la investigación, mediante la aplicación de técnicas de recolección de dato; es decir las encuestas a la población considerada en la investigación, la población comprendida en edades de 18 a 67 años de edad del cantón de Buena Fe.

## **3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN**

### **3.3.1. Encuesta**

Se aplicó una encuesta a la población en general, es decir a los clientes del restaurant el Gran chaparral del cantón Buena Fe.

## **3.4. FUENTES**

### **3.4.1. Primaria**

Mediante cuestionario, se tomó información de los clientes acerca de los gustos y preferencia que tienen los clientes del restaurante el Gran chaparral acerca de su comida exprés.

### 3.4.2. Secundaria

Se recurrió a la información derivada de los libros, revistas, folletos e internet que sirvió para realizar el análisis, síntesis y la interpretación de la problemática presentada.

## 3.5. POBLACIÓN Y MUESTRA

### 3.4.1. Población

Actualmente el restaurante el Gran Chaparral del cantón Buena fue tiene 200 clientes que actualmente les brinda el servicio de comida exprés.

### 3.4.2. Muestra

$$n = \frac{N}{e^2 (N - 1) + 1}$$

$$n = \frac{200}{0.05^2 (200 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{200}{0.0025 (199) + 1}$$

$$n = \frac{200}{0.4975 + 1}$$

$$n = \frac{200}{1.4975}$$

$$n = 134$$

**CAPÍTULO IV**  
**RESULTADOS**

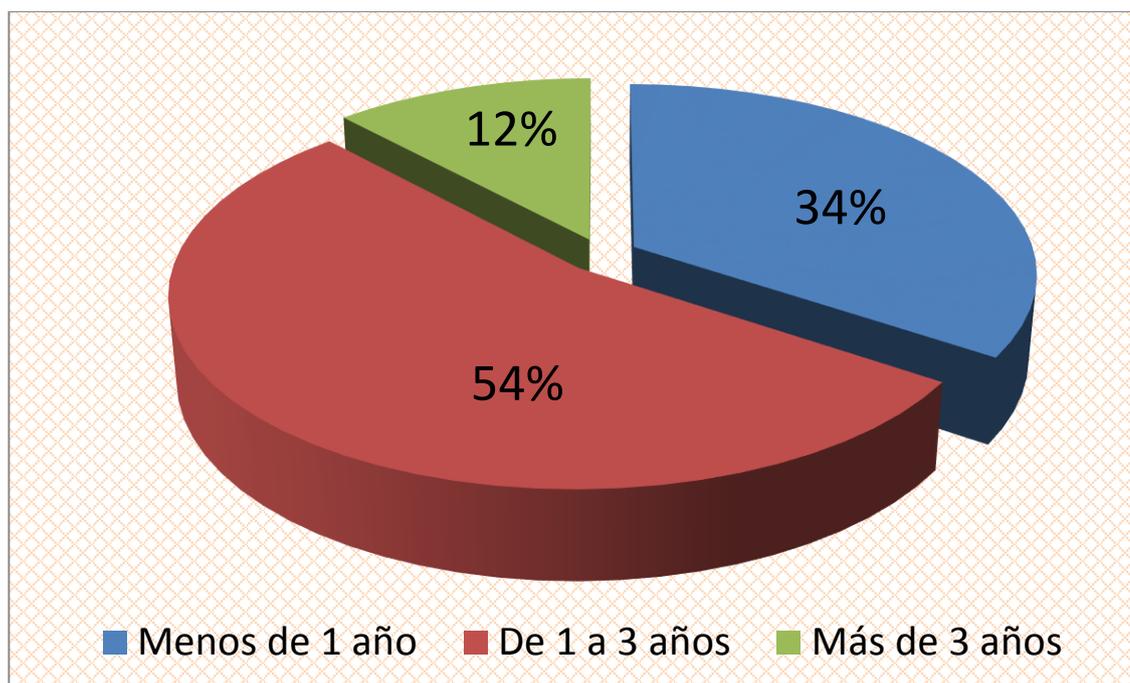
#### 4.1. Encuestas realizadas a los clientes del restaurante El Gran Chaparral del cantón Buena Fe.

Pregunta 1.- ¿Qué tiempo tienen consumiendo la comida del restaurante el Gran Chaparral?.

Cuadro 1. Tiempo consumiendo comida

ALTERNATIVAS	NÚMEROS	PORCENTAJE
Menos de 1 año	46	34
De 1 a 3 años	72	54
Más de 3 años	16	12
<b>TOTAL</b>	<b>134</b>	<b>100%</b>

Gráfico 1.



#### Análisis:

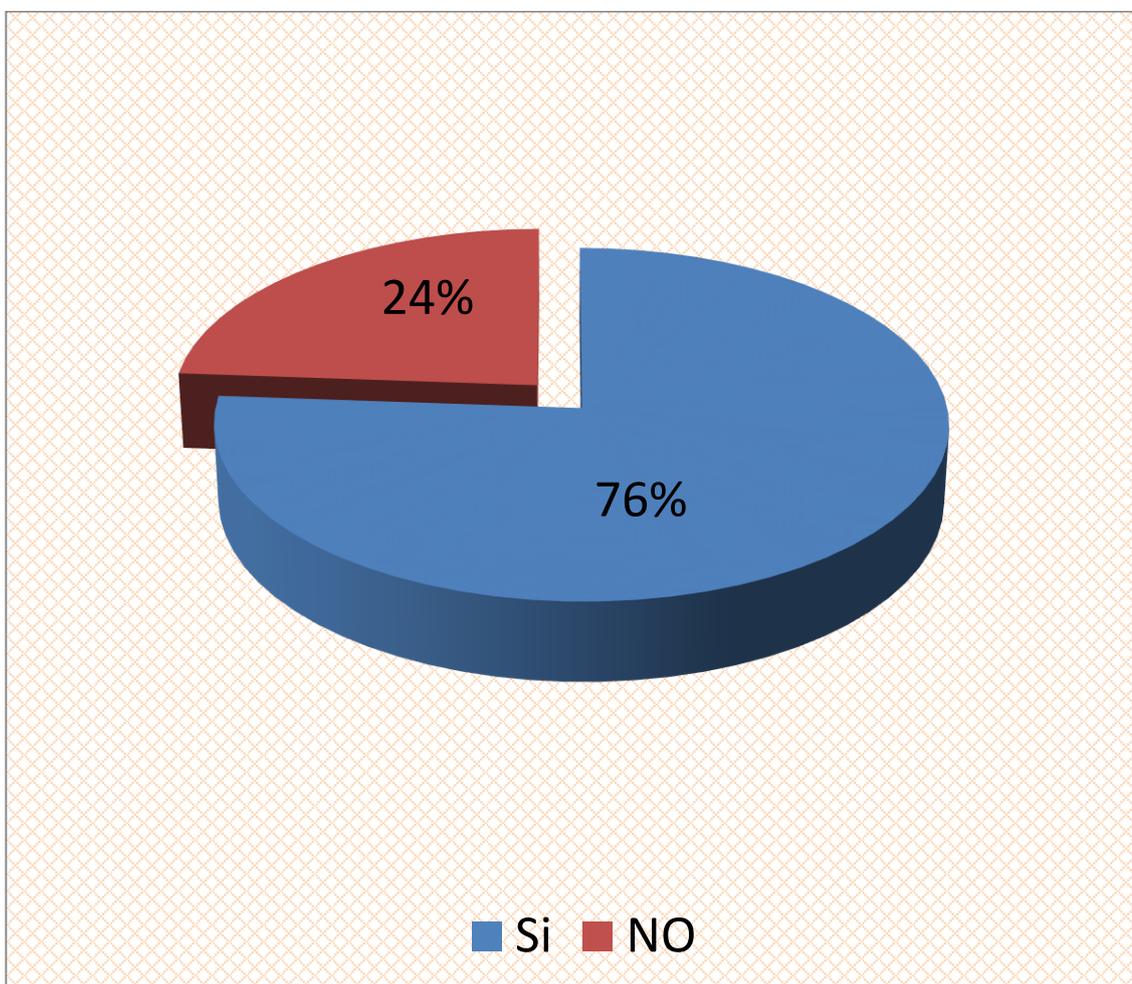
El gráfico 1 muestra que el 54% de los clientes encuestados expresaron que tienen de 1 a 3 años consumiendo la comida exprés del restaurante El Gran Chaparral, el 34% menos de 1 año y el 125 expreso que tienen más de 3 años.

**Pregunta 2.- ¿Usted se siente satisfecho con la presentación de la comida del restaurante El gran chaparral?**

Cuadro 2. Satisfacción con la presentación

ALTERNATIVAS	NÚMEROS	PORCENTAJE
Si	102	76
No	32	24
<b>TOTAL</b>	<b>134</b>	<b>100%</b>

Gráfico 2.



**Análisis:**

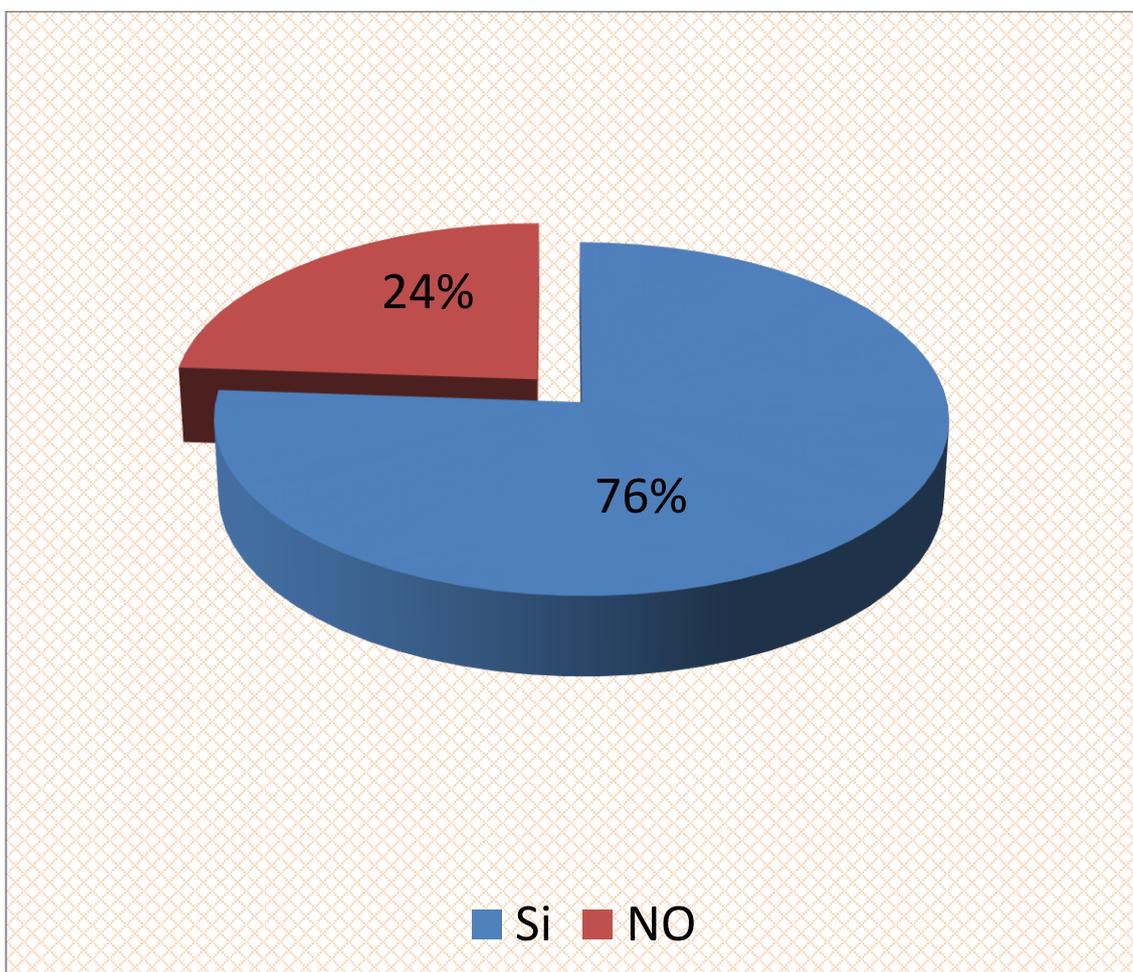
El gráfico 2 muestra que el 76% de los clientes encuestados expresaron que si se siente satisfecho con la presentación de la comida expres del restaurante El Gran Chaparral y el 24% restante indicaron que no.

**Pregunta 3.- ¿Usted se siente satisfecho con el servicio de la comida del restaurante El gran chaparral?**

Cuadro 3. Satisfacción con el servicio

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>NÚMEROS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Si	102	76
No	32	24
<b>TOTAL</b>	<b>134</b>	<b>100%</b>

Gráfico 3.



**Análisis:**

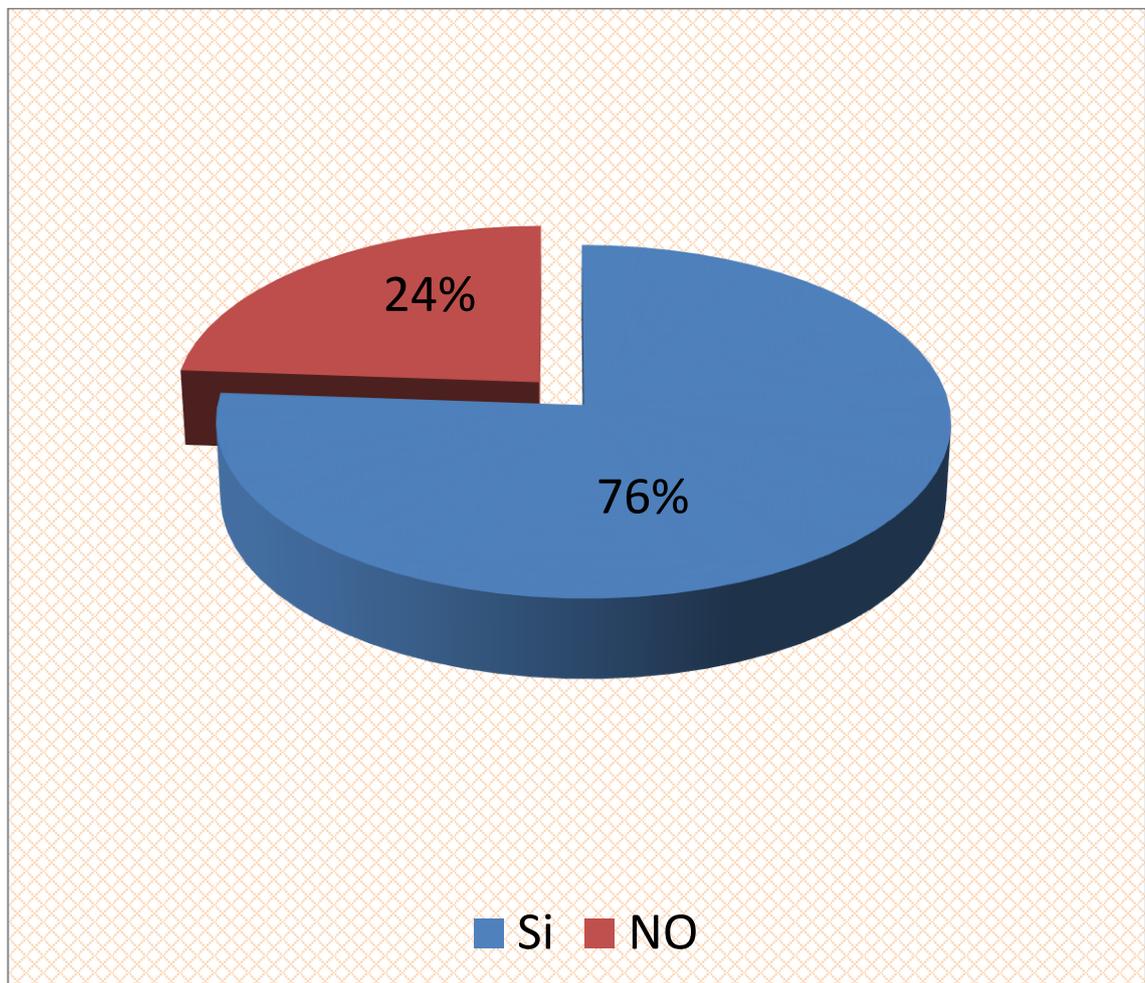
El gráfico 3 muestra que el 76% de los clientes encuestados expresaron que si se siente satisfecho con el servicio de la comida exprés del restaurante El Gran Chaparral y el 24% restante indicaron que no.

**Pregunta 4.- ¿Usted se siente satisfecho con el sabor de la comida del restaurante El gran chaparral?**

Cuadro 4. Satisfacción con el sabor de la comida.

ALTERNATIVAS	NÚMEROS	PORCENTAJE
Si	102	76
No	32	24
<b>TOTAL</b>	<b>134</b>	<b>100%</b>

Gráfico 4.



**Análisis:**

El gráfico 4 muestra que el 76% de los clientes encuestados expresaron que si se siente satisfecho con el sabor de la comida del restaurante El Gran Chaparral y el 24% restante indicaron que no.

**Pregunta 5.- ¿Durante el tiempo que usted ha venido consumiendo la comida del Restaurante el gran Chaparral ha tenido inconveniente de atraso de la comida?**

Cuadro 5. Inconvenientes de atraso de la comida.

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>NÚMEROS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Si	36	27
No	98	73
<b>TOTAL</b>	<b>134</b>	<b>100%</b>

Gráfico 5.



**Análisis:**

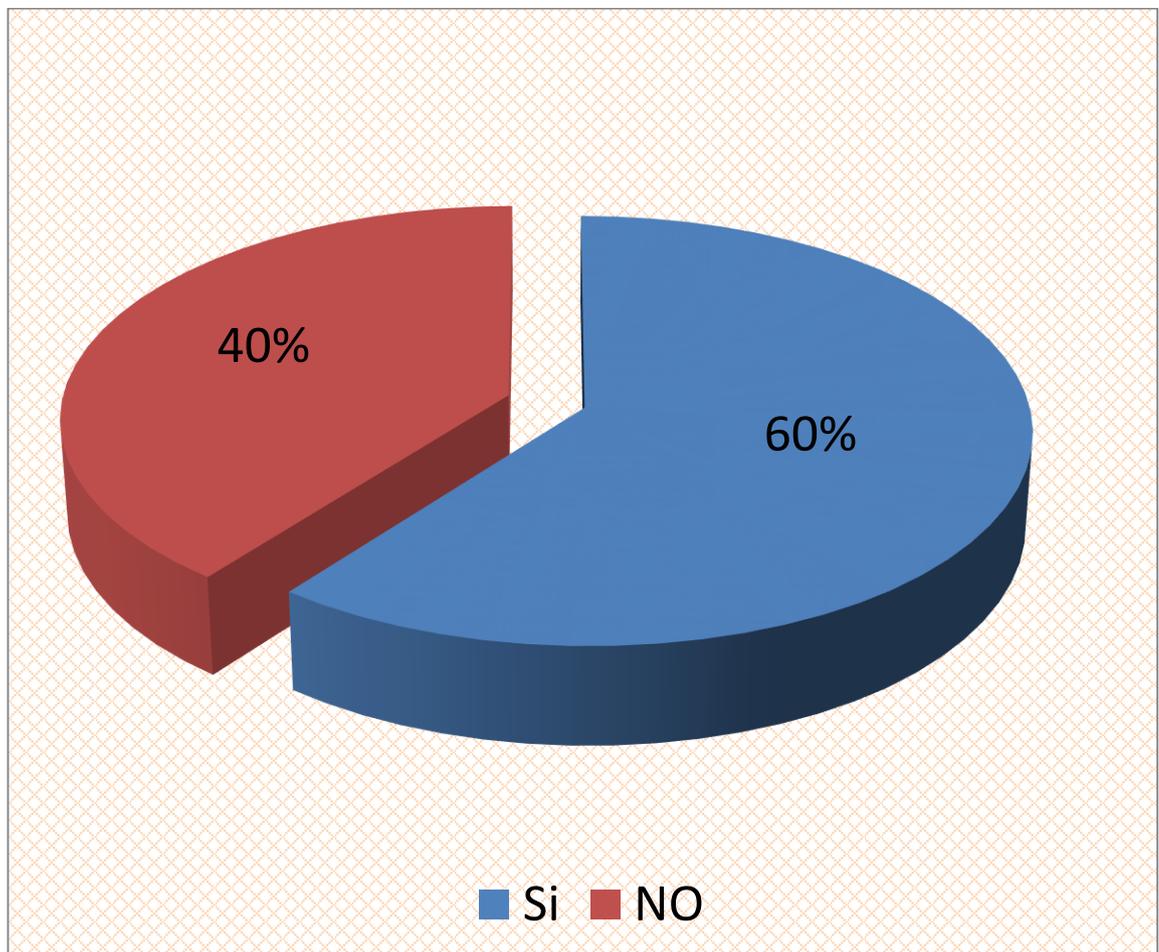
El gráfico 5 muestra que el 73% de los clientes encuestados expresaron que no han sufrido atraso alguno con el servicio de comida exprés del restaurante El Gran Chaparral y el 27% restante indicaron que si en algunas ocasiones.

**Pregunta 6.- ¿El precio que usted paga por el servicio de comida express le parece correcto?**

Cuadro 6. Precio de la comida express

ALTERNATIVAS	NÚMEROS	PORCENTAJE
Si	81	60
No	53	40
<b>TOTAL</b>	<b>134</b>	<b>100%</b>

Gráfico 6.



**Análisis:**

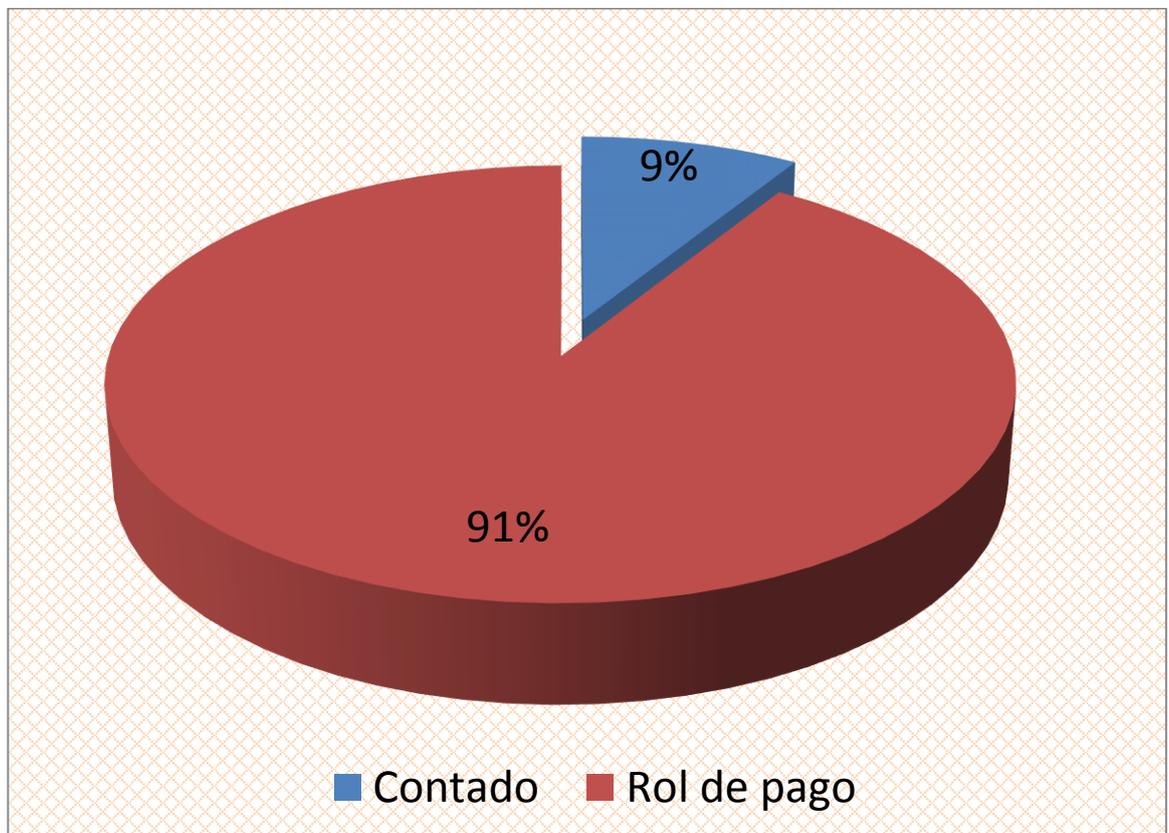
El gráfico 6 muestra que el 60% de los clientes encuestados expresaron que si les parece correcto el precio que pagan por el servicio de comida del restaurante El Gran Chaparral y el 40% restante indicaron que no.

**Pregunta 7.- ¿Por qué medio usted realiza el pago de la comida express al restaurante El Gran Chaparral?**

Cuadro 7. Medio de pago

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>NÚMEROS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Contado	12	9
Rol de pago	122	91
<b>TOTAL</b>	<b>134</b>	<b>100%</b>

Gráfico 7.



**Análisis:**

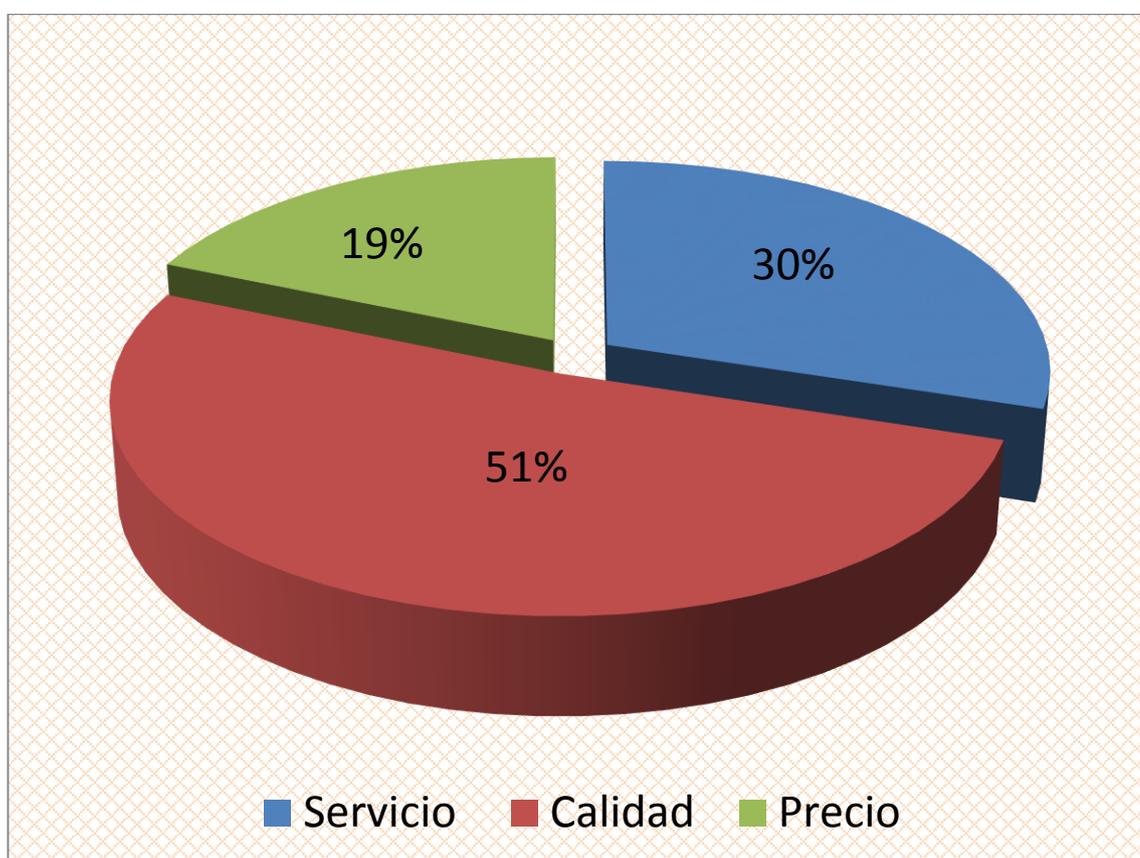
El gráfico 7 muestra que el 91% de los clientes encuestados expresaron que pagan por medio del rol de pago que la empresa les descuenta por el servicio de la comida del restaurante El Gran Chaparral y el 9% restante indicaron que al contado debido que no trabajan en ninguna empresa y su consumo es eventual.

**Pregunta 8.- ¿Por qué prefirió consumidor la comida del Restaurante El Gran Chaparral?**

Cuadro 8. Preferencia por consumir la comida exprés.

ALTERNATIVAS	NÚMEROS	PORCENTAJE
Servicio	40	30
Calidad	69	51
Precio	25	19
<b>TOTAL</b>	<b>134</b>	<b>100%</b>

Gráfico 8.



**Análisis:**

El gráfico 8 muestra que el 51% de los clientes encuestados expresaron que prefieren la comida del restaurante El Gran Chaparral por la calidad y sabor de su comida, el 30% por el servicio de distribución y recaudación y el 19% por el precio que es igual al de la competencia.

## 4.2. COSTOS DIRECTOS E INDIRECTOS

### 4.2.1. Costos directos

Cuadro 9. Platos elaborados

<b>DETALLE</b>	<b>PLATOS</b>	<b>COSTO DE ELABORACIÓN</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Hamburguesa	1700	1.85	3.145.00	37.740.00
Hot dog	800	1.81	1.448.00	17.376.00
Salchipapa	1400	1.81	2.534.00	30.408.00

En el cuadro anterior se puede constatar la cantidad de platos que realiza mensualmente el restaurante El Gran Chaparral, así mismo se evidencia el costo de elaboración que incurrieron estos productos.

### 4.2.2. Costo indirecto

#### 4.2.2.1. Costos fijos indirectos

En el cuadro 10 se muestran los costos fijos indirectos que se tienen en la distribución y recaudaciones de la comida exprés del restaurante El Gran Chaparral, además los costos fijos como arriendos, servicios básicos, etc. están calculados en los valores en la elaboración de la comida.

Cuadro 10. Costos fijos indirectos

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Combustible	500.00	6.000.00
Cambio de aceite	-	280.00
Llantas	-	1.200.00
<b>TOTAL</b>	<b>500.00</b>	<b>7.480.00</b>

#### 4.2.2.2. Gastos administrativos

Cuadro 11. Gastos administrativos

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Chofer	400.00	4.800.00
Ayudante	400.00	4.800.00
Vendedor	400.00	4.800.00
<b>TOTAL</b>	<b>1.200.00</b>	<b>14.400.00</b>

Cuadro 12. Beneficios sociales

<b>DETALLE</b>	<b>10º 3ero</b>	<b>10º 4to</b>	<b>VAC</b>	<b>IESS</b>	<b>V. M</b>	<b>V.A</b>
Chofer	33.33	28.33	16.67	48.60	126.93	1.523.20
Ayudante	33.33	28.33	16.67	48.60	126.93	1.523.20
Vendedor	33.33	28.33	16.67	48.60	126.93	1.523.20
<b>TOTAL</b>	<b>99.99</b>	<b>84.99</b>	<b>50.01</b>	<b>145.80</b>	<b>380.79</b>	<b>4.569.60</b>

Los beneficios sociales corresponden a las obligaciones que tiene el restaurante El Gran Chaparral que tienen que pagar a sus empleados por concepto de distribución y recaudación del servicio de comida exprés a los diferentes clientes en el cantón Buena Fe.

### 4.2.3. Costo total

#### 4.2.3.1. Costo total unitario

Cuadro 13. Costo total unitario

DETALLE	COSTO DIRECTO		COSTO INDIRECTO		GASTO ADMINISTRATIVO		TOTAL
	COSTO	COSTO UNITARIO	COSTO	COSTO UNITARIO	COSTO	COSTO UNITARIO	
Hamburguesa	37.740.00	1.85	7.480.00	0.16	18.969.60	0.41	<b>2.42</b>
Hot dog	17.376.00	1.81		0.16		0.41	<b>2.38</b>
Salchipapa	30.408.00	1.81		0.16		0.41	<b>2.38</b>

#### 4.2.3.2. Costo total

Cuadro 14. Costo total

<b>DETALLE</b>	<b>TOTAL</b>
COSTO DIRECTO	85.524.00
COSTO INDIRECTO	7.480.00
GASTO ADMINISTRATIVO	18.969.60
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 111.973.60</b>

El cuadro anterior de costo total quiere decir que el restaurante el Gran Chaparral tiene un costo total por realizar el servicio de distribución y recaudación de comida exprés a los diferentes clientes del cantón Buena Fe de \$ 111.973.60 dólares anuales.

### 4.3. DETERMINACIÓN DEL INGRESO

#### 4.3.1. Ingresos

Cuadro 15. Ingresos

<b>DETALLE</b>	<b>PLATOS</b>	<b>PRECIO DISTRIBUCIÓN</b>	<b>INCREMENTO 30%</b>	<b>PRECIO DE VENTA</b>
Hamburguesa	1700	2.42	0.73	3.15
Hot dog	800	2.38	0.71	3.09
Salchipapa	1400	2.38	0.71	3.09

#### 4.3.2. Estado de pérdidas y ganancias

Cuadro 16. Estado de pérdidas y ganancias

<b>DETALLE</b>	<b>RUBRO</b>
Ingresos	145.836.00
Costos	111.973.60
<b>Utilidad bruta</b>	<b>33.862.40</b>
Utilidad antes participación 15% Empleados	5.079.36
<b>Utilidad antes impuestos</b>	<b>28.783.04</b>
Impuesto a la renta 22%	6.332.27
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>22.450.77</b>

**CAPÍTULO V**  
**CONCLUSIONES**

## 5.1. CONCLUSIONES

- Por medio de las encuestas realizadas a los clientes del restaurante El Gran Chaparral, los cuales el 76% de ellos expresaron que se sienten satisfechos por el servicio de distribución y recaudación de la comida express.
- El costo directo tiene un valor de \$ 85.524.00, costo indirecto \$ 7.480.00 y el gasto de administración es de \$ 18.969.60, en estos costos están incluidos el pago a un chofer y un auxiliar para realizar la distribución y recaudación del servicio de comida express.
- De acuerdo al cuadro 17 del estado de pérdidas y ganancia, se muestra que el Restaurante El Gran Chaparral por el servicio de distribución y recaudación de la comida exprés va a tener una utilidad neta de \$ 22.450.77 dólares.

**CAPÍTULO VI**  
**BIBLIOGRAFÍA**

## 6.1. LITERATURA CITADA

- Acevedo, E. K. (2011). Estudio de factibilidad de un proyecto. México: Mac Graw Hill.
- Baca, U. G. (2011). Evaluación de proyectos. Naucalpan - México: Mc Graw Hill.
- Belío, J. L., & Sainz, A. (2010). Claves para gestionar precio, producto y marca. Como afrontar la guerra de los precios. Madrid - España: Edición especial directivos.
- Chiriboga, r. A. (2013). Diccionario técnico financiero ecuatoriano. Ecuador: Condor ediciones.
- Gomez, O. (2013). Contabilidad de costo. México: Mc Graw Hill.
- Hargadon, B. (2011). Contabilidad de costo. Bogotá - Colombia: Grupo norma.
- Horngrén, C. (2013). Contabilidad de costos. México Df - México: Pearson Education.
- Kotler, P. (2010). Dirección de marketing. México: Pearson educación.
- Molina, c. A. (2011). Contabilidad de costo. Ecuador : Ecoe ediciones.
- Norolhaus, S. (2010). Economía (octava edición). México: Prentice Hill.
- Polimeni, R. (2011). Contabilidad de costo, Conceptos y aplicaciones para la toma de decisiones gerenciales. México: Mc Graw Hill.
- Reales, H. (2010). Administración y gerencia. Características del producto. Colombia: Ecoe ediciones.

Robbins, S. P. (2011). Administración (octava edición). México: Pearson educación.

Sapag, C. N., & Sapag, C. R. (2012). Preparación y evaluación de proyectos (segunda edición). México: Mac Graw Hill.

Vallejo, A. E. (2012). Proyectos de inversión. Quevedo: UTEQ.

## **LINKOGRAFÍA**

CODIGODELAPRODUCCIÓN. (29 de Diciembre de 2010). Ministerio de la producción, empleo y competitividad. Recuperado el 28 de Marzo de 2015, de Código de la producción: <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/codigoproduccion.pdf>