



**Pontificia Universidad
Católica del Ecuador**

i

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE MANABÍ
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TRABAJO DE TITULACIÓN
ANÁLISIS DE LA INCIDENCIA DE LOS COSTOS DE
PRODUCCIÓN EN LOS PRODUCTOS DE COMIDA RÁPIDA Y
SU APOORTE AL CÁLCULO DEL PRECIO DE VENTA. CASO
CHAYA CAFÉ**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
ADMINISTRACIÓN EFICIENTE Y EFICAZ DE LAS ORGANIZACIONES PARA LA
COMPETITIVIDAD SOSTENIBLE Y LOCAL**

**SUBLÍNEA
GESTIÓN CONTABLE, FINANCIERA, TRIBUTARIA Y DE COSTOS**

**PREVIO AL TÍTULO DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTORA
MARIA ANTHONELLA VELÁSQUEZ MURILLO**

**TUTORA
MGTR. VERÓNICA PIEDAD BRAVO SANTANA**

MANABÍ, JULIO 2024



JESUITAS ECUADOR

**CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN
CURRICULAR**

Mgtr. Verónica Piedad Bravo Santana

Tutora del trabajo de integración curricular

Certifica:

En mi calidad de tutor del trabajo de integración curricular, certifico haber revisado el presente manuscrito de investigación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Manabí, cumpliendo la Normativa del Trabajo de Integración Curricular; en consecuencia, es apto para su presentación y sustentación.

Mgtr. Verónica Piedad Bravo Santana

TUTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

C.C. 1310342330

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El jurado examinador aprueba el presente trabajo de integración curricular en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Sede Manabí.

C.C. 1310342330

Mgtr. Verónica Piedad Bravo Santana

C.C. 0602740672

Mgtr. Ana Mercedes Sagñay Carrillo

C.C. 1310821911

Mgtr. Oscar Iván Cerón Tatac

DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD

Este manuscrito no contiene ningún tipo de material que ha sido aceptado para la obtención de un título universitario en otra institución, excepto en forma de información de soporte que ha sido debidamente citada en mi trabajo.

Este trabajo es de total responsabilidad del autor, quien declara bajo juramento que ninguna sección de este trabajo de integración curricular infringe los derechos de autor de nadie.

Portoviejo, Julio 2024

(f): _____

María Anthonella Velásquez Murillo

1315168722

anthonellavelasquez1516@hotmail.com

+593 998 448 749



DECLARACIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a distribuir este manuscrito de investigación en medios físicos y electrónicos con el fin de promover la divulgación de mis resultados a la comunidad científica y a la sociedad en general. Adicionalmente autorizo el uso de los contenidos de esta investigación como bibliografía para fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, citando como fuente de información al autor de este trabajo.

María Anthonella Velásquez Murillo
1315168722

DEDICATORIA

Dedico este trabajo investigativo principalmente a Dios, quien es el motor que día a día fue testigo de los esfuerzos y sacrificios que realizaba, aportándome la sabiduría e inteligencia necesaria para lograr esta meta. A mi familia, mis padres, por ser el ejemplo más claro de motivación y superación, alentándome constantemente en cada momento de mi vida y de haberme forjado en la persona que soy hoy en día, a mi hermano, por siempre impulsarme deseos de superación y de apoyarme en este trabajo. Asimismo, a una persona especial para mí, Doménica, gracias por siempre alentarme a continuar en los momentos que pensaba rendirme, fuiste mi gran soporte emocional durante el tiempo en que realizaba este proyecto. De esta manera, a los docentes, por impartir y compartir cada uno de sus conocimientos los cuales han sido parte fundamental para mi proceso de formación académica. Y, por último, agradecer a cada una de las personas que con su amistad o cariño siempre estuvieron dándome el apoyo e incentivación, siendo de mucha importancia para este objetivo alcanzado.

María Anthonella Velásquez Murillo

AGRADECIMIENTOS

Primeramente, agradezco a la PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR – SEDE MANABÍ por permitirme ser parte de ella y abierto la oportunidad de formarme académicamente, logrando estudiar mi carrera elegida. Así, como también a mi tutora de tesis, Mgtr. Verónica Piedad Bravo Santana, que con su experiencia, dedicación y profesionalismo a lo largo de la carrera y en la mentoría constante del proceso investigativo permitió ser de gran importancia para la culminación de este.

Deseo también expresar mis más sinceros agradecimientos a la empresa CHAYA CAFÉ quienes generosamente aceptaron ser objeto de estudio y dieron su apoyo facilitando la información necesaria para desarrollar el presente trabajo de titulación. Por ende, su orientación y enfoque profesional fueron indispensables para potenciar en gran cantidad mis conocimientos sobre el tema, que trascendentalmente, se utilizaron para formular este trabajo investigativo.

María Anthonella Velásquez Murillo



Resumen

Este estudio se enfocó en examinar el análisis de la incidencia de los costos de producción en los productos de comida rápida y su aporte al cálculo del precio de venta. Caso Chaya Café.

Sin embargo, con el aumento de la competencia, las empresas, incluyendo los negocios, deben relacionar los costos y la fijación de precios desde la perspectiva competitiva, sin descuidar políticas que permitan ajustes de precios sin comprometer la rentabilidad y la continuidad del negocio. Por este motivo, se desarrollo una investigación de campo y analítica de carácter descriptivo entre enero y julio 2023, aplicando un modelo de entrevista para el propietario de Chaya Café sobre su situación general, los factores que contituyen a los procesos de costos de producción y su importancia en aplicar un sistema dentro de la empresa. El resultado evidencia que su principal punto de fortaleza es seleccionar la mejor calidad de materia prima utilizados para elaborar sus productos y a la vez sus procesos de producción, su debilidad es resistirse a implementar nuevas herramientas o sistemas de costos que permitan controlar mejor estos procesos. Una de las variables que ha permitido a Chaya Café tener sostenibilidad económica son los productos horneados y fritos, donde dentro de esto incluye la calidad, la atención y la entrega del producto. La importancia de estas variables se debe porque a raíz de esto les da mayor garantía de permanencia y regenerar su posicionamiento en el mercado.

Se concluye que Chaya Café ocasiona satisfacción entre sus clientes por ofrecer calidad en sus productos. Asimismo, tienen el compromiso con el medio ambiente utilizando productos biodegradables. Por lo tanto, es crucial considerar que las variables relevantes son la calidad tanto en sus procesos como en sus productos y el compromiso ante las expectativas de los consumidores.

Palabras clave: costos de producción, materia prima, fijación de precios, calidad de productos, sostenibilidad económica.

Abstract

This study focused on examining the analysis of the incidence of production costs on fast food products and their contribution to the calculation of the selling price. Case study: Chaya Café. However, with the increase in competition, companies, including businesses, must link costs and pricing from a competitive perspective, without neglecting policies that allow price adjustments without compromising the profitability and continuity of the business. For this reason, a descriptive field and analytical research was carried out between January and July 2023, applying an interview model to the owner of Chaya Café about their general situation, the factors that constitute the production cost processes and their importance in applying a system within the company. The result shows that their main strength is to select the best quality of raw materials used to make their products and at the same time their production processes, their weakness is to resist implementing new tools or cost systems that allow better control of these processes. One of the variables that has allowed Chaya Café to have economic sustainability is baked and fried products, where it includes the quality, attention and delivery of the product. The importance of these variables is because they give them a greater guarantee of permanence and regenerate their positioning in the market. It is concluded that Chaya Café generates satisfaction among its customers by offering quality in its products. Likewise, they are committed to the environment by using biodegradable products. Therefore, it is crucial to consider that the relevant variables are quality in both their processes and products and the commitment to meet consumer expectations.

Keywords: production costs, raw materials, pricing, product quality, economic sustainability.

Índice De Contenidos

Certificación del tutor del trabajo de integración curricular	ii
Acta de aprobación del tribunal	iii
Declaración de originalidad	iv
Declaración de derechos de autor	v
Dedicatoria	vi
Agradecimientos	vii
Resumen.....	viii
Abstract	ix
Índice de contenidos	x
Índice de tablas	xii
Introducción	1
Antecedentes	1
Marco teórico	3
Costos de producción	6
Precio de venta	7
Problemática.....	8
Preguntas de investigación.....	9
Objetivos De La Investigación	9
Objetivo general	9
Objetivos específicos.....	10
Materiales Y Métodos.....	10
Enfoque metodológico	10
Diseño de la investigación.....	11
Tipo de investigación	11
Métodos de investigación.....	12
Técnicas de investigación.....	12
Instrumentos de investigación.....	13
Población Y Muestra	14
Población.....	14

Muestra.....	14
Resultados.....	15
Discusión	37
Conclusiones	38
Recomendaciones	38
Referencias Bibliográficas.....	42
Anexos	50
Anexo 1. Análisis e interpretación de los resultados de la entrevista dirigida y realizada al gerente general de la empresa chaya café	51
Anexo 2. Análisis e interpretación de los resultados de ficha de observación realizada a la empresa chaya café.....	53
Anexo 3. Análisis de los resultados sobre el costo total de producción de los productos de comida rápida de la empresa chaya café, desarrollados en base a los costos de producción, precio de venta y ganancias de cada uno.....	56
Anexo 4. Resumen del costo total – diagrama de lawrence – producto: pan de almidón....	57
Anexo 5. Resumen del costo total – diagrama de lawrence – producto: tortilla de yuca queso	57
Anexo 6. Resumen del costo total – diagrama de lawrence – producto: tortilla de yuca chicharrón.....	58
Anexo 7. Resumen del costo total – diagrama de lawrence – producto: tortilla de maíz queso	58
Anexo 8. Resumen del costo total – diagrama de lawrence – producto: tortilla de maíz chicharrón.....	59
Anexo 9. Resumen del costo total – diagrama de lawrence – producto: corviche.....	59
Anexo 10. Resumen	60

Índice de tablas

Tabla 1. Costos directos e indirectos proceso de producción - Empresa Chaya Café	15
Tabla 2. Aspectos evaluados en los costos de producción - Empresa Chaya Café.....	17
Tabla 3. Aspectos evaluados en los procesos de producción - Empresa Chaya Café.....	18
Tabla 4. Aspectos evaluados en el cálculo del precio de venta - Empresa Chaya Café	19
Tabla 5. Costo total de producción.....	21
Tabla 6. Costo mano de obra.....	22
Tabla 7. Costos Indirectos de Fabricación (CIF)	23
Tabla 8. Precio de venta - Producto: Pan de almidón	24
Tabla 9. Precio de venta Tortilla de yuca queso	25
Tabla 10. Precio de venta Tortilla de yuca chicharrón.....	26
Tabla 11. Precio de venta Tortilla de maíz queso	28
Tabla 12. Precio de venta Tortilla de maíz chicharrón	29
Tabla 13. Precio de venta Corviche	30
Tabla 14. Costo – Precio actual.....	32
Tabla 15. Precio actual frente al Precio real.....	33
Tabla 16. Precio de venta frente a la competencia.....	35
Tabla 17. Matriz Metodológica.....	41

ANÁLISIS DE LA INCIDENCIA DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN EN LOS PRODUCTOS DE COMIDA RÁPIDA Y SU APORTE AL CÁLCULO DEL PRECIO DE VENTA. CASO CHAYA CAFÉ

INTRODUCCIÓN

Antecedentes

La sostenibilidad en una empresa ya sea macro o micro ha sido el enfoque que por muchos años los gerentes de estas han querido obtener por medio de darles valor a lo que brindan. La publicación del Pacto Mundial Red Española (2023) en su investigación acerca de la sostenibilidad empresarial argumenta que el 98% de los CEOs reconocen que la sostenibilidad es esencial en su papel dentro de la empresa. La incertidumbre que vive el mundo actual requiere de respuestas adaptadas y resilientes.

Por su parte Bayas K., Macías I., y Hurel G. (2019) manifiestan que la iniciativa líder de sostenibilidad empresarial invita a todas las empresas a sumarse al nuevo movimiento que busca un futuro próspero para las personas y el planeta. Sin embargo, cuando se trata de variables como dar valor agregado a un producto o servicio hacemos relación con procedimientos financieros como los costos indirectos de fabricación o el precio de venta.

En las empresas para lograr producir se ven en la necesidad de incurrir en una serie de gastos tanto directa o indirectamente, en la que los mismos son relacionados al proceso productivo sobre la movilización de los factores de producción tierra, capital y trabajo, que al igual son conformados por el equipo de producción, la planta, la materia prima y los empleados que son elementos esenciales del costo de producción de una empresa. Así lo sostiene Uzurieta G. (2019) en cuanto al nivel de máxima eficacia económica en la producción que es en última

instancia el fin que sigue todo empresario, está sujeto al uso de los factores de la producción dentro de los límites de la capacidad productiva de la empresa.

Westreicher G., (2022) sostiene que la Teoría de Costos en la cual brinda a los dueños de empresas poder tener una definición clara de lo que deseen obtener en base a sus productos o servicios. Asimismo, está en un marco teórico es utilizada para valorar los recursos que los negocios tienen, y, de esta manera, permite estimar los costos de la mercadería y de forma general del inventario que la empresa posee.

Es decir, que la teoría ayuda como una herramienta contable a definir cuánto se está destinando para la fabricación o entrega de un determinado producto o servicio, además, si hablamos de costos o costes es básicamente el dinero que genera la empresa y que es destinado para el pago de ciertas obligaciones que se necesitan para sostener de manera activa el desarrollo de la producción del producto o servicio. Pero enfocándonos precisamente en uno de los tipos de costos que son los indirectos hacemos referencia que son los que no se pueden destinar o medir con exactitud a las unidades producidas.

Por su parte Suquilanda E. (2016) denota que la asignación de los costos en muchas ocasiones suele afectar el precio de costo a nivel empresarial debido al incremento considerable de la competencia en el mercado, es por eso por lo que el precio de venta de los productos de comida rápida, al no determinarse de forma correcta el mismo afecta a las personas o recursos vinculados a este mercado, es decir, que son más propensas a la pérdida.

Por ello, actualmente, ante el aumento de los precios de algunos materiales o productos que son utilizados para fabricar y entregar los mismos, los negocios se han visto en la necesidad de incrementar el precio normal con el que se manejaban a uno más elevado por el mismo hecho de que no alcanza para sostenerlos. Por otro lado, en Ecuador, desde el punto de vista de los microemprendimientos que se dedican a la comercialización de productos de comida rápida, en muchas ocasiones no toman en cuenta estos costos indirectos ya que suelen manejar de

forma tradicional estos mismo como solo él definir los precios de los productos sin considerar las demás variables o medidas que conlleva la transformación de la materia prima en el esquema de las unidades que se producen.

En este sentido Mendoza Y. (2017), argumenta que la clave del éxito radica en que; en base a este conocimiento, el emprendedor o las empresas desarrollen la capacidad de crear valor hacia el cliente y que esta estrategia derive en recibir valor a cambio, ya sea en forma de ventas, mayor cuota de mercado o un mejor posicionamiento y prestigio de marca, que le permitan alcanzar los objetivos empresariales propuestos, de una forma rentable y sostenible.

Marco teórico

Cartier N. (2003), argumenta que la manera en que se han sobrellevado el estudio de los costos no ha sido la misma al pasar el tiempo ya que la atención se enfoca en realizar un buen análisis de los problemas inherentes a la gestión organizacional, para después encontrar las herramientas importantes para resolver esos problemas, aplicando como sustento de esas técnicas la información que brinda la contabilidad de costos como parte de la contabilidad de gestión.

En este sentido Yardin A. (2010) sostiene que el costo en una empresa es el sacrificio económico inherente a una acción con vistas a la creación de valor o a todas las actividades que se efectúa para lograr un objetivo determinado. Es aquí donde el autor define ciertas nomenclaturas con relación al costo:

- Teoría general de costos

Cartier E. (2008) lo plantea como un modelo en cual se basa en buscar entender el conjunto de hechos relacionados con el fenómeno del costo. Es decir, que esta no busca

en seguir cómo deberían idealmente calcularse los costos, sino que procura discernir qué estamos haciendo cuando hacemos costos en el contexto de las organizaciones.

García L. (2005) plantea que se puede definir como el conjunto de conocimientos que aspira a concentrar los principios que explican y dan fundamento y respaldo a las técnicas de costeo. De esta teoría Sánchez B. (2009) describe dos tipos de costos: directos e indirectos, en donde por el lado de los costos directos “Son los costos que la gerencia es capaz de asociar con un producto o área específica. Los costes de materia prima directa y mano de obra directa son costos directos al producto.” por otra parte, los costos indirectos, Sarmiento R. (2010) refiere que los que intervienen indirectamente en el proceso de producción, pero benefician la producción, que por su naturaleza no se puede medir ni cuantificar con precisión por unidad producida; o si se puede hacer; se requiere de un gasto considerable, lo que realmente no amerita.

- Costos de producción

Villalba, I., Liberio, V., Zambrano, M., y González, A. (2021) argumentan que son las inversiones que se destinan a la realización de un producto (este producto puede ser un bien o servicio), que se tiene para la venta en el giro ordinario del negocio de la empresa”. De tal manera, cuando se refiere a costos de producción, es básicamente a un factor determinante como es la salud financiera de una organización. Chávez J. (2022) denota que estos costos pueden ser fijos y variables, según el nivel de la demanda (cantidad de productos fabricados o servicios prestados). Fijos definidos como los que se mantienen constantes independientemente del volumen de producción de la empresa, es decir, que esto puede reflejar un gasto invariable sin importar la actividad productiva de la organización. Y los variables, son los que varían dependiendo de la actividad productiva, es decir, a mayor el volumen de producción, mayores costos; y al contrario ya que es un gasto que fluctúa en base a lo que el negocio produzca.

Por su parte Latam E. (2023) denota su relevancia para tener una visión holística de su operación y de forma básica del costo por unidad de servicio o producto, ya que esto permite a las empresas determinar el precio final de su solución. Rojas A. (2007) denota los gastos o elementos primordiales que se encuentran dentro de este costo es:

1. Materia prima; definidos como los materiales que son sometidos a transformación en el proceso productivo, y que una vez identificados y cuantificados se los denomina productos terminados.
2. Mano de obra: gastos que engloba el contratar empleados (salarios, prestaciones, sindicales, obligaciones contractuales, etc.) que asimismo como la materia prima se los identifica al final como productos terminados.
3. Costos indirectos de fabricación: conocidos como cargos indirectos, en el cual son el conjunto de costos que, aunque interfieren en el proceso productivo, no pueden identificarse o cuantificarse de manera plena con la elaboración de partidas específicas contables (pág. 11)

- Cálculo del precio de venta

El sitio web FundaPyMES & FundaPyMES (2023), propone la importancia de calcular de manera acertada el precio de venta; lo determina como una de las decisiones más importantes que debe tomar un empresario al momento de definir el precio de venta de un producto o de un servicio, de tal manera que el mismo puede depender directamente de factores externos a la empresa como son la demanda, oferta, calidad del producto, competencia, etc.

Sin embargo, GlobalKam Consultores, (2023) denota la importancia de calcular el precio de venta de manera correcta; como una de las tareas más estratégicas para la gerencia ya sea en cualquier tipo de negocio. Es así que se debe tener un equilibrio entre el precio que permita obtener ganancias sin perder aportación del mercado. Por ende,

una de las fórmulas en la cual muchas de las ocasiones se quiere tener seguridad de que los productos tengan un precio de una situación específica es la siguiente: $PV = CUT / (100 - \% \text{ de utilidad}) \times 100$.

Costos de producción

El producir es el corazón de cualquier negocio, independientemente del tipo o tamaño de empresa que tengas. Sin embargo, es de gran relevancia conocer los costos de producción para certificar que las ganancias que tengan sigan manteniéndose y que con el transcurso del tiempo vayan aumentando ya que los costos de producción son los que hacen énfasis a los gastos que son usados en la elaboración de un producto o de ofrecer un servicio, es decir, que sirve de base a las empresas para poder determinar el precio final del resultado (producto o servicio), como la rentabilidad, punto de equilibrio y el margen de contribución.

Horngrén T., Datar M., y Rajan M. (2011) visualizan a los costos de producción como la representación del desembolso de recursos económicos necesarios para fabricar productos o prestar servicios, ya que estos costos abarcan una amplia de elementos, desde la adquisición de materia prima hasta los costos de distribución y administrativos asociados a la actividad productiva.

En este sentido, Manzanilla F., (2023) sostiene que entender las categorías de gastos de producción capacita para llevar a cabo una planificación, supervisión y evaluación más efectivas de las actividades productivas. Además, facilita la fijación apropiada de precios, la asignación eficiente de recursos y la toma de decisiones efectivas. Esta comprensión es esencial para impulsar de manera gradual el crecimiento sostenible de tu negocio, permitiéndote evitar deudas, mantener pagos al día, incrementar ingresos y fortalecer la dinámica operativa.

Por su parte, Latam E., (2023) argumenta que los costos de producción incluyen todos los gastos necesarios para fabricar un producto o prestar un servicio, desde el costo de las materias primas hasta el costo de la mano de obra.

Adam Smith, en su obra "La Riqueza de las Naciones" (2019), introdujo la teoría de la ventaja absoluta. Según Smith, un país debería especializarse en la producción de bienes en los que tenga una eficiencia superior en términos absolutos. Es decir, que cada persona busca utilizar sus recursos financieros de manera que maximice la producción de bienes o servicios de mayor valor. En muchas ocasiones, no considera el interés general ni el de la sociedad, optando por priorizar sus propios intereses a expensas de los demás.

Precio de venta

El propósito de toda empresa es generar utilidades en base al equilibrio que se puede lograr con los egresos e ingresos, donde también puede ser un obstáculo si no se han realizado correctamente los manejos de los costos operativos, gastos y estimaciones de ganancias. De esta manera antes de producir ganancias las empresas deben verificar que están cubriendo los gastos operativos y de producción de esta, es decir, que deben ser capaces de darle un precio fijo que básicamente permita retomar la inversión inicial. Por su parte Rodríguez N. (2023) propone la definición del precio de venta como el valor que establece un vendedor para adquirir los bienes o servicios que ofrece por parte del comprador.

También es importante considerar que, en una economía basada en el libre mercado, el valor de venta experimentará variaciones según los cambios en la oferta y la demanda. En consecuencia, un aumento en la demanda conllevará un incremento en el precio, y viceversa. De manera inversa, si la oferta aumenta, el precio de venta tiende

a disminuir; en cambio, si la oferta disminuye, se produce un aumento en el valor del bien o servicio (Westreicher G. 2022)

Para Alfred Marshall en su libro “Principios de Economía” (1890), el precio se establece en el punto donde la oferta iguala la demanda. Sin embargo, en palabras más formuladas sostiene que: “la oferta y la demanda son igualmente necesarias para nuestro propósito”. Por su parte, Latam E., (2023) explica, que en la actualidad no es casual que hoy se hable de KPI ¹de ventas, ya que un análisis riguroso de los informes relativos a las ventas marca toda la diferencia en una empresa, como, por ejemplo, que se desarrollen nuevas estrategias cada vez más asertivas.

Problemática

A pesar de la importancia reconocida de los procesos de producción en la fijación de precios, muchas empresas enfrentan desafíos para optimizar esta relación. Se observa una falta de comprensión detallada sobre como los diferentes aspectos de la producción, como la eficiencia la tecnología utilizada, la gestión de la cadena de suministro, etc., afectan directamente los costos de producción. En el caso del sector industrial o de las empresas manufactureras que son las que más manejan este recurso, hacen énfasis en un enfoque integral que abarca desde la adquisición de materias primas hasta la entrega del producto final ya que la eficiencia operativa, la tecnología, la gestión de la cadena de suministro y la mejora continua son elementos clave en este proceso, es decir, que estos sistemas utilizados proporcionan métodos para asignar costos a productos individuales o procesos de producción en función de factores como el tiempo, el trabajo y el uso de recursos. Por otro lado, la falta de comprensión

¹ Indicador clave de rendimiento: Por sus siglas en inglés de Key Performance Indicator (KPI), se trata de una herramienta que permite medir y evaluar el rendimiento de diversas actividades de una empresa, en concreto aquellas relacionadas con los procesos de venta.

puede llevar a una fijación de precios ineficiente, lo que afecta de manera negativa la competitividad de las empresas en el mercado.

Preguntas de investigación

Pregunta general

1. ¿Cuál es la incidencia de los costos de producción en los productos de comida rápida y el aporte del cálculo del precio de venta a la empresa?

Preguntas específicas

Variable 1: Costos de producción

1. ¿Es necesario implementar un sistema de costos de producción para conocer su precio de venta real en la empresa?

Variable 2: Precio de venta

2. ¿Cuál es el efecto que tiene la empresa sobre la competencia en el mercado por su precio en los productos?
3. ¿En qué nivel los productos que la empresa comercializa han logrado ser rentables?

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo general

Analizar como inciden los costos de producción en los productos de comida rápida y el aporte del cálculo del precio de venta a la empresa Chaya Café.

Objetivos específicos

OE1: Determinar los costos involucrados en la producción, incluyendo los costos directos e indirectos de la empresa Chaya Café.

OE2: Identificar la necesidad de implementar un sistema de costos de producción para conocer el precio de venta real de la empresa Chaya Café.

OE3: Evaluar el efecto que tiene la empresa Chaya Café sobre la competencia en el mercado por su precio en los productos.

MATERIALES Y MÉTODOS

Enfoque metodológico

La investigación tuvo un enfoque mixto, ya que se aplicaron técnicas de recolección de datos, tanto cualitativas como cuantitativas. Según Ortega C., (2023), el enfoque mixto es una metodología de investigación que consiste en recopilar, analizar e integrar tanto investigación cuantitativa como cualitativa. Este enfoque se utilizó cuando se necesitaba una mejor comprensión del problema de investigación, que no podría proporcionar cada uno de estos métodos por separado. En esta investigación, se aseguró de que, al examinar las variables, se reflejaran y proporcionaran datos numéricos, hallazgos o comportamientos precisos que pudieran ser objeto posteriormente de un procedimiento estadístico.

Asimismo, la aplicación de estas herramientas permitió la obtención precisa del estado actual empresarial que Chaya Café atravesaba en cuanto a su comercialización y procesos de producción. Sin embargo, en la misma se aplicó este enfoque cuantitativo mediante un formato de investigación en donde se implementaron a través de un diseño de estudio, definición de preguntas, selección de muestra e interpretación de los resultados.

Diseño de la investigación

De documentación: Como su nombre lo define, esta investigación se desarrolló a partir de la información hallada en documentos mediante la revisión, cotejo, comparación o comprensión de diferentes tipos de fuentes referentes a un tema específico (Reyes L. y Carmona A. 2020). En este caso, se utilizó con el enfoque de analizar y reconocer el estado en que se encontraban los costos de producción y comercialización de la empresa Chaya Café.

De campo: Por medio de la investigación de campo, se recopilaron los datos directamente de la realidad y se permitió la obtención de información directa con relación a un problema (Arias R., 2022a). Se aplicaron encuestas dirigidas al personal administrativo de Chaya Café en áreas que analizaron cómo eran los procesos de producción y de venta que se llevaban a cabo en las funciones de esta empresa.

Tipo de investigación

Descriptiva: La investigación descriptiva analizó las características de una población o fenómeno sin entrar a conocer las relaciones entre ellas, además de que fue un proceso muy importante tanto para la investigación cuantitativa como cualitativa (Arias R., 2022b). Por ende, en la empresa Chaya Café permitió este enfoque presentar y exponer los datos recopilados sobre el proceso de producción, el costo y el precio de venta mediante un informe, tablas o gráficos que facilitaron visualizar de manera más comprensible los factores que pudieron haber influido en estos mismos.

Analítica: Fue un procedimiento que descompuso un todo en sus elementos básicos y, por tanto, que fue de lo general a lo específico. También en la investigación se realizaron una variedad de maneras que incluyeron investigación literaria, opinión pública, pruebas científicas y metaanálisis, por lo que suele incluir la complicación de artículos, datos y otros hechos importantes que son pertinentes a un proyecto (Ortega C., 2023). En este caso, en la empresa

Chaya Café este enfoque nos permitió hacer una revisión documental de la misma, por medio de un modelo e informe detallado recolectando y especificando datos relevantes en base a cómo estaba la competencia en el mercado sobre la fijación de precios, costos y ventas.

Métodos de investigación

Inductivo: Este método fue una forma de sacar conclusiones generales en base a conocimientos previos sobre algún evento en particular, ya que se caracterizó porque fue de lo específico a lo general, es decir, que por medio de los conocimientos obtenidos se dio una conclusión generalizada (Grupo Aspasia, 2022). En este caso, en el contexto del análisis de costos de producción y precio de venta de la empresa Chaya Café, el enfoque inductivo implicó dar conclusiones sobre la recopilación de los datos específicos de los productos o de las diferentes empresas que tuvieran similitud sobre estos mismos y, a partir de estos identificar patrones y tendencias que pudieran generalizarse dentro de esta industria o mercado de la comercialización.

Técnicas de investigación

Entrevista: Esta se visualizó en el intercambio de información que se produjo por medio de reunión fijada de antemano entre dos personas con el propósito determinado de recabar información suficiente para dar a conocer en este caso las capacidades laborales del entrevistado enfocado hacia un tema en específico (*La importancia de la técnica de la entrevista en la investigación en comunicación y las ciencias sociales. Investigación documental. Ventajas y limitaciones | Sintaxis, s. f.*). Se desarrolló un instrumento que fue utilizado sobre preguntas dirigidas al Gerente General de la empresa Chaya Café, en la cual esto proporcionó recolectar y diagnosticar cómo se encontraba la empresa sobre sus procesos de producción, así también de la mano con el método contable que utilizaban para comercializar los productos.

Ficha de observación: Esta fue una técnica en la que su objetivo fue contrastar en un documento por escrito lo que sucedía en este caso en la empresa, ya que permitió un posterior análisis sobre la base de información precisa, es decir, documentada (*El videoanálisis, evolución a las fichas de observación de clase, s. f.*). Se desarrolló un instrumento tipo tabla de contenido que fue utilizado para objeto de observación en cuanto a cómo se enfocaba al modelo de negocio que llevaban a cabo para los procesos y costos de producción, al igual que de la venta o comercialización de los productos que se realizaban dentro de la empresa Chaya Café.

Revisión documental: De acuerdo con Arona E., (2022), este fue un método en el cual se recopiló información, datos y comentarios por medio de una serie de preguntas específicas, ya que la mayoría de estas se realizaron con la intención de hacer suposiciones sobre una población, grupo referencial o muestra representativa. Es decir, que en conjunto con los administrativos de la empresa Chaya Café, se analizaron archivos sobre descripciones de productos, procedimientos operativos, gestión de inventarios, documentos financieros, cumplimiento de normas de calidad, etc. Entonces, con relación a esto, permitió evaluar la situación de la empresa sobre las actividades de producción y comercialización que se ejecutaban. De esta manera, como se generó un Modelo de fijación de precio de costos y ventas Lawrence para la recolección de datos, Chiavenato I., (2007), citado por Lawrence y Lorsch propusieron un modelo de diagnóstico y acción para el desarrollo organizacional, cuyos conceptos principales fueron diferenciación e integración y confrontaciones. Lo cual, cuyos autores propusieron un modelo basado en cuatro etapas que formaron un ciclo: diagnóstico, planeación de la acción, implementación de la acción y evaluación.

Instrumentos de investigación

Para desarrollar el abordaje metodológico propuesto se utilizaron instrumentos de investigación como una ficha de observación con criterios u objetivos específicos sobre los

componentes a tratar, también una entrevista de 10 preguntas preparadas específicamente en relación a lo que se quería obtener sobre la comercialización de los productos, estas fueron tanto con preguntas abiertas como preguntas cerradas en la cual permitieron tener mejor comunicación y un mayor acceso informativo con las personas encargadas de la empresa sobre los procesos, ya que tanto esta como la ficha de observación se complementaron bien porque generaron un mejor detalle de los datos y de la información que parecía importante incluir. Por último, se implementó una revisión documental en la cual se pudo obtener una comprensión sólida del impacto que tenía la empresa en el mercado en base a sus productos y por ende de sus precios. De esta manera, estos instrumentos proporcionaron recabar y analizar de manera más compleja estos datos sobre las variables determinadas que se deseaban concluir en la investigación.

POBLACIÓN Y MUESTRA

Población

La población de estudio se compone del número de administrativos que conforman la empresa Chaya Café, es decir, que en total serían 3 personas administrativas que son: 1 Gerente General, 1 encargada de ventas y 1 Contadora.

Muestra

Debido a que la población es pequeña o estadísticamente baja, se abarcará el mayor porcentaje de la población. Por ende, los administrativos de la empresa participaran en los instrumentos de investigación.

RESULTADOS

Costos directos e indirectos que forman parte en el proceso de producción de la empresa

CHAYA CAFÉ

Este resultado enfatiza la obtención de la información que se logró recopilar en base a la entrevista realizada al Gerente General de la empresa Chaya Café el Sr. Hermen Velásquez, sin embargo, como punto de vista, esta herramienta logra facilitar la obtención de la información mediante el establecimiento del intercambio de palabras que en este caso se generó entre la persona encargada de la empresa siendo sujeto de estudio y el investigador, esto con la determinación de llegar alcanzar las respuestas correctas mediante a las preguntas propuestas en relación al tema planteado.

Por lo tanto, durante este proceso de comunicación acordado se pudo conocer un poco más a fondo sobre las actividades de la empresa, también el análisis de información que hacen en base a sus costos de producción y de qué manera Chaya Café quiere en bases a sus convicciones futuras lograr crecer aún más industrialmente, lo que con el tiempo le a permitido generar éxito en el comercio.

Tabla 1. *Costos directos e indirectos proceso de producción - Empresa Chaya Café*

VARIABLES	EN REFERENCIA A LA EMPRESA	EN REFERENCIA AL MERCADO
Descripción de CHAYA CAFÉ	Es una empresa fundada en el 2001	Con más de 22 años
Descripción sector	En el sector comercial se caracteriza por vender productos de comida rápida (bocaditos) tradicionales de la provincia de Manabí.	Dándole un plus a este sector y asimismo tener latente las raíces culinarias al exponer los productos como parte de la cultura manabita.

Insumos o materiales de producción	Ofrecen una línea de horneados, en la cual se basan de panes de almidón, tortillas de yuca y maíz tanto queso como chicharrón y corviches.	Los insumos y materiales para la producción incluyen: harina, almidón, yuca, maíz, chicharrón, queso, pescado, condimentos, materiales de empaquetado, etcetera.
		Pan de almidón: almidón, leche, huevo, sal y mano de obra directa en la producción.
		Tortilla de yuca, queso y chicharrón: yuca, queso, chicharrón, sal y mano de obra directa en la producción.
Costos directos asociados a la producción	Incluyen costos de materia prima, mano de obra, costos de embalaje y otros gastos directos.	Tortilla de maíz, queso y chicharrón: harina de maíz, queso, chicharrón, sal y mano de obra directa en la producción.
		Corviche: harina de maíz, pescado, condimentos y mano de obra directa en la producción.
Costos de maquinaria utilizados en la producción	Utilizados en la producción como hornos, maquinarias específicas, equipos de preparación e instrumentos adicionales útiles en el desarrollo de estos productos.	En su mayoría una aproximación de entre \$1.200 a \$7.000 dólares.
Registro y análisis de los costos de producción	No genera análisis de los costos periódicamente.	Realmente la empresa no tiene un sistema que ayude a registrar periódicamente estos costos, sin embargo, se pueden justificar cuando cada proveedor de los insumos o materiales que son utilizados en estas producciones entregan un comprobante o factura.

Análisis general de la entrevista: Chaya Café presenta una trayectoria destacada y una oferta de productos arraigados en la cultura local. La entrevista revela un conocimiento detallado de los insumos, costos directos y maquinaria utilizada en la producción. Aunque no hay análisis periódicos de costos, la empresa demuestra una conciencia sobre la importancia de equilibrar costos en situaciones adversas. Se sugiere la implementación de un sistema más estructurado de registro y análisis de costos para mejorar la gestión financiera y la rentabilidad a largo plazo. La gestión eficiente de los costos de producción es un pilar fundamental para el éxito y sostenibilidad de cualquier empresa. En este contexto, la primera parte de la ficha de observación se enfoca en aspectos clave relacionados con los costos de producción en la empresa evaluada. A través de un análisis detallado, se examinaron seis aspectos fundamentales: la calidad de los insumos, la variedad y frescura de las materias primas, la eficiencia y velocidad del personal, el cumplimiento de normas de higiene y seguridad, el uso de equipos y tecnologías, así como la eficiencia en la gestión de recursos.

Tabla 2. Aspectos evaluados en los costos de producción - Empresa Chaya Café

Nº	ASPECTOS POR EVALUAR	SI	NO	OBSERVACIONES
a. Costos de producción				
1	Observan la calidad de los insumos utilizados	x		
2	Verifican la variedad y frescura de las materias primas	x		
3	Evalúan la eficiencia y velocidad del personal	x		
4	Verifican el cumplimiento de normas de higiene y seguridad	x		
5	Observan el uso de equipos y tecnologías	x		
6	Verifican la eficiencia en la gestión de recursos	x		

Análisis: La observación refleja una evaluación positiva en todos los aspectos relacionados con los costos de producción. El hecho de que todas las categorías hayan sido marcadas como "Sí" sugiere una atención integral a la calidad, eficiencia y gestión de recursos en el proceso de

producción. Este enfoque positivo es prometedor para la eficiencia general y la optimización de costos en la producción.

Sistema de costos de producción para determinar el precio de venta de los diferentes productos de la empresa Chaya Café

El corazón de cualquier empresa en el sector de alimentos reside en su proceso de producción, donde la eficiencia, la calidad y la seguridad son elementos cruciales para el éxito operativo. En esta primera parte de la ficha de observación, se exploran aspectos fundamentales del proceso de producción de la empresa evaluada. A través de la evaluación de la rapidez y organización en la preparación de alimentos, la gestión del tiempo en cada etapa, la consistencia en la calidad de los productos y el cumplimiento de estándares de seguridad alimentaria, se busca comprender la dinámica operativa y la atención a detalles en la producción de alimentos.

Tabla 3. Aspectos evaluados en los procesos de producción - Empresa Chaya Café

N°	ASPECTOS POR EVALUAR	SI	NO	OBSERVACIONES
b. Proceso de producción				
1	Observan la rapidez y organización en la preparación de alimentos	x		
2	Verifican la gestión del tiempo en cada etapa del proceso	x		
3	Evalúan la consistencia en la calidad de los productos	x		
4	Verifican el cumplimiento de estándares de seguridad alimentaria	x		

Análisis: Es importante revelar que existe un compromiso positivo con aspectos críticos del proceso de producción. De esta manera, la atención a la rapidez, organización, gestión del tiempo y cumplimiento de estándares de seguridad alimentaria indica una operación enfocada en la eficiencia y la calidad. Estos elementos son esenciales para garantizar la satisfacción del

cliente y el éxito a largo plazo en el competitivo sector de alimentos. En análisis posteriores, se puede profundizar en estos aspectos para identificar áreas de mejora y fortalezas en el proceso de producción.

Evaluación del efecto de Chaya Café sobre la competencia en el mercado con relación al precio de venta

En el dinámico mundo empresarial, la fijación de precios es una pieza clave que influye directamente en la viabilidad y éxito de cualquier empresa. Esta sección de la ficha de observación se centra en el crucial proceso de cálculo del precio de venta, explorando diversos aspectos que impactan la salud financiera y la posición competitiva de la empresa. A través de una serie de evaluaciones, se busca comprender cómo se aborda el desafío de establecer precios que no solo cubran los costos de producción, sino que también consideren factores críticos como costos fijos y variables, márgenes de ganancia, factores del mercado y competencia, la existencia de una estrategia clara y la adaptabilidad a cambios en los costos.

Tabla 4. Aspectos evaluados en el cálculo del precio de venta - Empresa Chaya Café

N°	ASPECTOS POR EVALUAR	SI	NO	OBSERVACIONES
c. Cálculo del precio de venta				
1	Observan la inclusión de todos los costos de producción		x	Se debe incluir todos los costos de producción para un cálculo más preciso del precio de venta
2	Verifican la consideración de costos fijos y variables		x	Se debe observar la consideración de estos para asegurar una comprensión completa de los gastos asociados
3	Evalúan cómo se establece el margen de ganancia		x	Se debe establecer el mismo para determinar la rentabilidad del negocio
4	Observan si se consideran factores del mercado y competencia		x	Se debe analizar estos factores y competencia para establecer precio competitivos y atractivos

5	Verifican si existe una estrategia clara en la fijación de precios	x	Se debe observar una estrategia clara para asegurar coherencia y alineación con los objetivos de la empresa
6	Evalúan la adaptabilidad de los precios a cambios en los costos	x	Se debe evaluar la misma para mantener la competitividad en el mercado

Análisis: La evaluación negativa en todos los aspectos sugiere que hay áreas críticas en la estrategia de fijación de precios que necesitan atención. La falta de consideración de costos, la ausencia de verificación sobre factores del mercado y competencia, y la falta de una estrategia clara pueden afectar la rentabilidad y la competitividad de la empresa en el mercado. Se recomienda un enfoque más estructurado y completo en el cálculo del precio de venta.

Análisis e Interpretación de los resultados sobre el cálculo de los Costos de Producción realizados a la empresa Chaya Café

Para fijar los precios de los productos que se expenden en la empresa de comida rápida Chaya Café, se debe tener en cuenta el costo de los insumos, es decir, para fijar los precios de venta exactos es importante realizar un control de cada uno de los productos que se ofertan para así conocer el costo total por cada producto. Por ende, el sistema de costos por órdenes de producción fue el principal instrumento para llevar a cabo este proceso ya que es valioso para empresas que manejan productos personalizados o lotes específicos, en donde facilita la fijación de precios más precisa y una gestión efectiva de los costos, lo que contribuye a la toma de decisiones estratégicas y a la rentabilidad general del negocio. Es decir, que este análisis se lo realizó por el método basado en costos y el Diagrama de Lawrence, evaluando los costos totales de producción y los gastos comerciales para la comercialización de estos productos.

De esta manera, se exponen los costos unitarios, se realiza el cálculo de manera diaria con una producción promedio de la cantidad que estos productos se venden diariamente frente a las compras y pagos que se los realiza al tiempo en que los recursos se agoten. **(Véase anexo 3)**

Es así, que para fijar cada precio de estos productos se usaron las siguientes fórmulas:

$$CT = \text{Costo total de producción} + \text{Gastos comerciales}$$

$$GC = \text{Gastos administrativos} + \text{Gastos de ventas}$$

$$PV = \text{Costo Unitario} + \% \text{ Utilidad deseada}$$

$$PCU = \frac{\text{Costo Total}}{\text{Unidades producidas}}$$

$$PV = \frac{\text{Costo de Producción}}{\text{Margen de utilidad \%} = 100\% - \text{Ratio de beneficios brutos \%}}$$

Tabla 5. *Costo total de producción*

Productos	Costo Total	Unidades producidas
Pan de almidón	\$95,82	541
Tortilla de yuca chicharrón	\$37,98	116,5
Tortilla de yuca queso	\$33,28	116,5
Tortilla de maíz queso	\$56,47	151
Tortilla de maíz chicharrón	\$61,17	151
Corviche	\$64,88	314

Fuente: Empresa Chaya Café (2024)
Elaborado por: Anthonella Velásquez

Análisis: El análisis de la tabla revela una serie de patrones interesantes en relación con los costos totales de producción de diversos productos alimenticios. Se observa una variabilidad significativa en los costos entre los diferentes productos. Por ejemplo, el pan de almidón tiene el costo total de producción más alto, mientras que las tortillas de yuca chicharrón y queso muestran costos más bajos en comparación. Esta discrepancia podría deberse a una serie de factores, como la complejidad del proceso de fabricación, la disponibilidad y el costo de los

ingredientes, así como los gastos generales asociados con la producción. Además, es interesante notar que las cantidades producidas no necesariamente se correlacionan directamente con los costos totales de producción, lo que sugiere que otros factores, como la eficiencia operativa y la gestión de recursos, también desempeñan un papel importante en la determinación de los costos. En general, este análisis resalta la importancia de una gestión cuidadosa de los costos y la eficiencia en la producción para garantizar la rentabilidad y la competitividad en el mercado.

Tabla 6. *Costo mano de obra*

Productos	MO
Pan de almidón	\$1,60
Tortilla de yuca chicharrón	\$0,83
Tortilla de yuca queso	\$0,83
Tortilla de maíz queso	\$0,83
Tortilla de maíz chicharrón	\$0,83
Corviche	\$2,23

Fuente: Empresa Chaya Café (2024)
Elaborado por: Anthonella Velásquez

Análisis: Esta base ofrece una evaluación detallada de los costos de mano de obra asociados a la producción de distintos productos de la empresa. En particular, se observa que la elaboración del "Pan de almidón" presenta un costo de mano de obra de \$1,60 mientras que las "Tortillas de yuca con queso" y "Tortillas de yuca con chicharrón" comparten un costo de mano de obra de \$0,83 cada una. Por otro lado, las "Tortillas de maíz con queso" y "Tortillas de maíz con chicharrón" tienen costos de mano de obra ligeramente superiores, ascendiendo a \$0,83 igual que las de yuca. En el caso de los "Corviches", el costo de mano de obra es de \$2,23. Estos resultados proporcionan una visión clara de los gastos laborales asociados a la producción de

cada producto, lo cual es esencial para la toma de decisiones estratégicas en la gestión eficiente de los recursos humanos en la empresa. Además, esta información es fundamental para evaluar la rentabilidad y eficiencia de la producción de cada producto, así como para identificar posibles áreas de mejora en los procesos de fabricación.

Tabla 7. *Costos Indirectos de Fabricación (CIF)*

Productos	CIF
Pan de almidón	\$0,68
Tortilla de yuca chicharrón	\$0,52
Tortilla de yuca queso	\$0,52
Tortilla de maíz queso	\$0,54
Tortilla de maíz chicharrón	\$0,54
Corviche	\$0,52

Fuente: Empresa Chaya Café (2024)
Elaborado por: Anthonella Velásquez

Análisis: Esta información proporciona un análisis exhaustivo de los Costos Indirectos de Fabricación (CIF) asociados a la producción de diferentes productos en la empresa. Se observa que el "Pan de almidón" presenta un CIF de \$0,68 mientras que las "Tortillas de yuca con queso" y "Tortillas de yuca con chicharrón" comparten CIF de \$0,52 cada una. De manera similar, las "Tortillas de maíz con queso" y "Tortillas de maíz con chicharrón" tienen un CIF de \$0,54 cada una. Por último, los "Corviches" presentan un CIF igual que las de yuca, es decir, de \$0,52. Estos resultados brindan una visión detallada de los gastos indirectos asociados a la producción de cada artículo, información esencial para la evaluación precisa de la rentabilidad y eficiencia de los procesos de fabricación. Además, este análisis contribuye a la identificación de áreas específicas donde se pueden implementar estrategias de optimización para mejorar la eficiencia en la gestión de los costos indirectos en la empresa.

Cálculo del precio de venta

Tabla 8. Precio de venta - Producto: Pan de almidón

Pan de Almidón	
Materia prima	\$74,88
Materia de obra	\$1,60
CIF	\$0,68
Costo de producción	\$77,16
Gastos comerciales	\$18,67
Costo Total	\$95,82

Fuente: Empresa Chaya Café (2024)

Elaborado por: Anthonella Velásquez

$$\text{Precio costo U} = \frac{\text{Costo Total}}{\text{Unidades producidas}} = \frac{95,82}{541} = 0,18 \text{ por unidad}$$

$$\text{Ratio de Beneficio Bruto \% U} = \frac{\text{Beneficio Bruto}}{\text{Precio por unidad (Ventas)}} * 100 = \frac{0,21-0,18}{0,21} * 100 = 16,67\%$$

$$\text{Precio venta U} = \text{Costo Unitario} + \% \text{ Utilidad deseada} = 0,18 + 20\% = 0,21 \text{ por unidad}$$

$$\text{Precio de venta} = \frac{\text{Costo de Producción}}{\text{Margen de utilidad \%} = 100\% - \text{Ratio de beneficios brutos \%}} = \frac{0,18}{100\% - 16,67\%} = \frac{0,18}{83,33\%} = 0,21$$

Análisis: El análisis del precio de venta del Pan de Almidón revela una estructura de costos detallada y estrategias específicas para asegurar la rentabilidad y competitividad del producto en el mercado. La materia prima se destaca como la contribución principal al costo de producción, representando \$74,88 de los \$77,16 totales. La inclusión de la mano de obra y los costos indirectos de fabricación (CIF) suma \$1,60 y \$0,68 respectivamente. Los gastos comerciales de \$18,67 juegan un papel significativo en el costo total de \$95,82. La estrategia de fijación de precios se basa en un cálculo preciso del costo unitario, que asciende a \$0,18 por unidad. El precio de venta (PV) se determina al agregar un margen de utilidad del 20%,

resultando en un PV final de \$0,21. Este análisis destaca la necesidad de equilibrar eficiencia operativa con estrategias comerciales efectivas, enfocándose en la gestión de costos y la competitividad en el mercado. Un enfoque continuo en la optimización de procesos y la evaluación de la estrategia de precios permitirá una adaptación efectiva a las dinámicas del mercado y la maximización de la rentabilidad a largo plazo. De esta manera, se puede visualizar (**Véase anexo 4**) que el beneficio bruto es de 16,67 pero tomando en cuenta el margen de utilidad que es de 83,33%.

Tabla 9. Precio de venta Tortilla de yuca queso

Tortilla de yuca queso	
Materia prima	\$13,26
Materia de obra	\$0,83
CIF	\$0,52
Costo de producción	\$14,61
Gastos comerciales	\$18,67
Costo Total	\$33,28

Fuente: Empresa Chaya Café (2024)

Elaborado por: Anthonella Velásquez

$$\text{Precio costo U} = \frac{\text{Costo Total}}{\text{Unidades producidas}} = \frac{33,28}{116,5} = 0,29 \text{ por unidad}$$

$$\text{Ratio de Beneficio Bruto \% U} = \frac{\text{Beneficio Bruto}}{\text{Precio por unidad (Ventas)}} * 100 = \frac{0,34 - 0,29}{0,34} * 100 = 16,67\%$$

$$\text{Precio venta U} = \text{Costo Unitario} + \% \text{ Utilidad deseada} = 0,29 + 20\% = 0,34 \text{ por unidad}$$

$$\text{Precio de venta} = \frac{\text{Costo de Producción}}{\text{Margen de utilidad \%} = 100\% - \text{Ratio de beneficios brutos \%}} = \frac{0,29}{100\% - 16,67\%} = \frac{0,29}{83,33\%} = 0,34$$

Análisis: El examen del precio de venta de la Tortilla de Yuca con Queso ofrece una visión completa de la estructura de costos y las estrategias de fijación de precios, con el objetivo de asegurar la sostenibilidad y competitividad del producto en el mercado. La materia prima, especialmente la yuca y el queso, destaca como la principal contribución al costo de producción, representando \$13,26 de los \$14,61 totales. Los costos laborales y los gastos indirectos de fabricación (CIF) suman \$0,83 y \$0,52 respectivamente. Los gastos comerciales, que abarcan actividades como la publicidad y la distribución, desempeñan un papel significativo, representando \$18,67 del costo total de \$33,28. El costo unitario se calcula con precisión, alcanzando \$0,29 por unidad. La estrategia de fijación de precios implica la inclusión de un margen de utilidad del 20%, lo que resulta en un precio de venta final (PV) de \$0,34. Este análisis subraya la importancia de mejorar la cadena de suministro y la eficiencia operativa para minimizar los efectos de los costos asociados con la materia prima. Asimismo, enfatiza la necesidad de implementar una estrategia comercial sólida para asegurar la competitividad en el mercado. De esta manera, se puede visualizar (**Véase anexo 5**) que el beneficio bruto es de 16,67 pero tomando en cuenta el margen de utilidad que es de 83,33%.

Tabla 10. *Precio de venta Tortilla de yuca chicharrón*

Tortilla de yuca chicharrón	
Materia prima	\$17,96
Materia de obra	\$0,83
CIF	\$0,52
Costo de producción	\$19,31
Gastos comerciales	\$18,67
Costo Total	\$37,98

Fuente: Empresa Chaya Café (2024)

Elaborado por: Anthonella Velásquez

$$\text{Precio costo U} = \frac{\text{Costo Total}}{\text{Unidades producidas}} = \frac{37,98}{116,5} = 0,33 \text{ por unidad}$$

$$\text{Ratio de Beneficio Bruto \% U} = \frac{\text{Beneficio Bruto}}{\text{Precio por unidad (Ventas)}} * 100 = \frac{0,39 - 0,33}{0,39} * 100 = 16,67\%$$

$$\text{Precio venta U} = \text{Costo Unitario} + \% \text{ Utilidad deseada} = 0,33 + 20\% = 0,39 \text{ por unidad}$$

$$\text{Precio de venta} = \frac{\text{Costo de Producción}}{\text{Margen de utilidad \%} = 100\% - \text{Ratio de beneficios brutos \%}} = \frac{0,33}{100\% - 16,67\%} = \frac{0,33}{83,33\%} = 0,39$$

Análisis: La evaluación del precio de venta de la Tortilla de Yuca con Chicharrón ofrece una perspectiva detallada de la estructura de costos y estrategias de fijación de precios para garantizar la viabilidad y competitividad del producto en el mercado. La materia prima, destacada por la yuca y el chicharrón, se posiciona como el componente principal del costo de producción, contribuyendo con \$17,96 de los \$19,31 totales. Los costos de mano de obra y los costos indirectos de fabricación (CIF) se suman a \$0,83 y \$0,52 respectivamente. Los gastos comerciales, que abarcan actividades como publicidad y distribución, juegan un papel significativo, representando \$18,67 del costo total de \$37,98. El costo unitario se calcula con precisión, ascendiendo a \$0,33 por unidad. La estrategia de fijación de precios implica agregar un margen de utilidad del 20%, llevando el precio de venta (PV) final a \$0,39. Este análisis resalta la importancia de optimizar la cadena de suministro y mejorar la eficiencia operativa para gestionar eficazmente los costos asociados con la materia prima. Además, subraya la necesidad de una estrategia comercial sólida para mantener la competitividad en el mercado. Asimismo, enfatiza la necesidad de implementar una estrategia comercial sólida para asegurar la competitividad en el mercado. De esta manera, se puede visualizar (**Véase anexo 6**) que el beneficio bruto es de 16,67 pero tomando en cuenta el margen de utilidad que es de 83,33%.

Tabla 11. Precio de venta Tortilla de maíz queso

Tortilla de maíz queso	
Materia prima	\$36,43
Materia de obra	\$0,83
CIF	\$0,54
Costo de producción	\$37,80
Gastos comerciales	\$18,67
Costo Total	\$56,47

Fuente: Empresa Chaya Café (2024)

Elaborado por: Anthonella Velásquez

$$\text{Precio costo U} = \frac{\text{Costo Total}}{\text{Unidades producidas}} = \frac{56,47}{151} = 0,37 \text{ por unidad}$$

$$\text{Ratio de Beneficio Bruto \% U} = \frac{\text{Beneficio Bruto}}{\text{Precio por unidad (Ventas)}} * 100 = \frac{0,45 - 0,37}{0,45} * 100 = 16,67\%$$

$$\text{Precio venta U} = \text{Costo Unitario} + \% \text{ Utilidad deseada} = 0,37 + 20\% = 0,45 \text{ por unidad}$$

$$\text{Precio de venta} = \frac{\text{Costo de Producción}}{\text{Margen de utilidad \%} = 100\% - \text{Ratio de beneficios brutos \%}} = \frac{0,37}{100\% - 16,67\%} = \frac{0,37}{83,33\%} = 0,45$$

Análisis: El examen del precio de venta de la Tortilla de Maíz con Queso proporciona una perspectiva detallada sobre la estructura de costos y las estrategias de fijación de precios, cruciales para garantizar la viabilidad y competitividad del producto en el mercado. Los elementos clave de la materia prima, especialmente el maíz y el queso, resaltan como factores fundamentales en el costo de producción, contribuyendo con \$36,43 de los \$37,80 totales. Los costos asociados con la mano de obra y los costos indirectos de fabricación (CIF) se suman a \$0,83 y \$0,54 respectivamente. Los gastos comerciales, que engloban actividades como publicidad y distribución, desempeñan un rol significativo, representando \$18,67 del costo total de \$56,47. El costo unitario, calculado con precisión, se establece en \$0,37 por unidad. La

estrategia de establecer precios implica la incorporación de un margen de utilidad del 20%, resultando en un precio de venta final (PV) de \$0,45. Este análisis resalta la importancia de manejar de manera eficiente los costos relacionados con la materia prima, optimizar los procesos de producción e implementar estrategias comerciales efectivas para mantener la competitividad en el mercado. Asimismo, enfatiza la necesidad de implementar una estrategia comercial sólida para asegurar la competitividad en el mercado. De esta manera, se puede visualizar (**Véase anexo 7**) que el beneficio bruto es de 16,67 pero tomando en cuenta el margen de utilidad que es de 83,33%.

Tabla 12. Precio de venta Tortilla de maíz chicharrón

Tortilla de maíz chicharrón	
Materia prima	\$41,13
Materia de obra	\$0,83
CIF	\$0,54
Costo de producción	\$42,50
Gastos comerciales	\$18,67
Costo Total	\$61,17

Fuente: Empresa Chaya Café (2024)

Elaborado por: Anthonella Velásquez

$$\text{Precio costo U} = \frac{\text{Costo Total}}{\text{Unidades producidas}} = \frac{61,17}{151} = 0,41 \text{ por unidad}$$

$$\text{Ratio de Beneficio Bruto \% U} = \frac{\text{Beneficio Bruto}}{\text{Precio por unidad (Ventas)}} * 100 = \frac{0,49 - 0,41}{0,49} * 100 = 16,67\%$$

$$\text{Precio venta U} = \text{Costo Unitario} + \% \text{ Utilidad deseada} = 0,41 + 20\% = 0,49 \text{ por unidad}$$

$$\text{Precio de venta} = \frac{\text{Costo de Producción}}{\text{Margen de utilidad \%} = 100\% - \text{Ratio de beneficios brutos \%}} = \frac{0,41}{100\% - 16,67\%} = \frac{0,41}{83,33\%} = 0,49$$

Análisis: La interpretación de los resultados del precio de venta de la Tortilla de Maíz con Chicharrón revela una estructura de costos detallada y estrategias de fijación de precios cruciales para la viabilidad y competitividad del producto en el mercado. La materia prima, que comprende maíz y chicharrón, destaca como el principal contribuyente al costo de producción, totalizando \$41,13 de los \$42,50 generales. A esto se suman los costos de mano de obra y los costos indirectos de fabricación (CIF), con \$0,83 y \$0,54 respectivamente. Los gastos comerciales, que abarcan aspectos como publicidad y distribución, representan una porción significativa, contribuyendo con \$18,67 al costo total de \$61,17. El costo unitario, calculado con precisión, asciende a \$0,41 por unidad. La estrategia de fijación de precios implica un margen de utilidad del 20%, estableciendo un precio de venta final (PV) de \$0,49. Esta subraya la importancia de gestionar eficientemente los costos asociados con la materia prima y los gastos comerciales para mantener la competitividad en el mercado. Además, destaca la necesidad de una estrategia comercial sólida y un enfoque continuo en la mejora de procesos para adaptarse al mercado a largo plazo. De esta manera, se puede visualizar (**Véase anexo 8**) que el beneficio bruto es de 16,67 pero tomando en cuenta el margen de utilidad que es de 83,33%.

Tabla 13. *Precio de venta Corviche*

Corviche	
Materia prima	\$43,46
Materia de obra	\$2,23
CIF	\$0,52
Costo de producción	\$46,22
Gastos comerciales	\$18,67
Costo Total	\$64,88

Fuente: Empresa Chaya Café (2024)

Elaborado por: Anthonella Velásquez

$$\text{Precio costo U} = \frac{\text{Costo Total}}{\text{Unidades producidas}} = \frac{64,88}{314} = 0,21 \text{ por unidad}$$

$$\text{Ratio de Beneficio Bruto \% U} = \frac{\text{Beneficio Bruto}}{\text{Precio por unidad (Ventas)}} * 100 = \frac{0,25 - 0,21}{0,25} * 100 = 16,67\%$$

$$\text{Precio venta U} = \text{Costo Unitario} + \% \text{ Utilidad deseada} = 0,21 + 20\% = 0,25 \text{ por unidad}$$

$$\text{Precio de venta} = \frac{\text{Costo de Producción}}{\text{Margen de utilidad \%} = 100\% - \text{Ratio de beneficios brutos \%}} = \frac{0,21}{100\% - 16,67\%} = \frac{0,21}{83,33\%} = 0,25$$

Análisis: La evaluación de los resultados del precio de venta del Corviche desvela una minuciosa estructura de costos y estrategias de fijación de precios esenciales para la sostenibilidad y competitividad del producto en el mercado. La materia prima, constituida principalmente por los ingredientes específicos del Corviche, se destaca como el principal factor del costo de producción, aportando \$43,46 de los \$46,22 totales. Los costos relacionados con la mano de obra y los costos indirectos de fabricación (CIF) ascienden a \$2,23 y \$0,52 respectivamente. Los gastos comerciales, que incluyen actividades como publicidad y distribución, juegan un papel importante, contribuyendo con \$18,67 al costo total de \$64,88. El costo unitario, calculado con precisión, se establece en \$0,21 por unidad. La estrategia de establecer el precio de venta implica la inclusión de un margen de utilidad del 20%, dando como resultado un precio de venta final (PV) de \$0.25. Esta interpretación destaca la vital importancia de gestionar eficazmente los costos vinculados con la materia prima y los gastos comerciales para preservar la competitividad en el mercado. De esta manera, se puede visualizar (**Véase anexo 9**) que el beneficio bruto es de 16,67 pero tomando en cuenta el margen de utilidad que es de 83,33%.

Tabla 14. *Costo – Precio actual*

Productos	Costo	Precio de venta	Margen de Utilidad %
Pan de almidón	\$0,18	0,21	83,33%
Tortilla de yuca queso	\$0,29	0,34	83,33%
Tortilla de yuca chicharrón	\$0,33	0,39	83,33%
Tortilla de maíz queso	\$0,37	0,45	83,33%
Tortilla de maíz chicharrón	\$0,41	0,49	83,33%
Corviche	\$0,21	0,25	83,33%

Fuente: Empresa Chaya Café (2024)

Elaborado por: Anthonella Velásquez

Análisis: Estos valores representan los costos, precios de venta y márgenes de utilidad para una variedad de productos alimenticios, incluyendo pan de almidón, tortillas de yuca con queso y chicharrón, tortillas de maíz con queso y chicharrón, así como corviche. Observando los datos, se puede notar que todos los productos tienen un margen de utilidad del 83,33%, lo que sugiere una consistencia en la rentabilidad a lo largo de la gama de productos. Además, los precios de venta son siempre superiores a los costos de producción, lo que indica un potencial de ganancia en cada venta. Este conjunto de valores sugiere que la empresa detrás de estos productos está gestionando eficazmente sus precios y costos de producción para mantener márgenes de ganancia saludables. Además, la consistencia en el margen de utilidad podría indicar una estrategia deliberada para establecer precios que maximicen la rentabilidad sin sacrificar la competitividad en el mercado de alimentos.

Se sugiere que, al establecer políticas de precio, se realice un análisis exhaustivo de los costos específicos de cada producto, especialmente aquellos asociados con la materia prima. Esto permitirá una fijación de precios que refleje de manera equitativa los costos incurridos en la producción y garantice la sostenibilidad financiera de la empresa. Además, se podría explorar la posibilidad de estrategias de marketing que destaquen las cualidades únicas de cada producto para respaldar la percepción de valor y justificar los márgenes de utilidad diferenciados.

Tabla 15. *Precio actual frente al Precio real*

Productos	Costo	Precio actual	% actual	Precio real	% Utilidad de precio
Pan de almidón	\$0,18	0,25	7,29%	0,21	3,29%
Tortilla de yuca queso	\$0,29	0,40	11,44%	0,34	5,44%
Tortilla de yuca chicharrón	\$0,33	0,50	17,40%	0,39	6,40%
Tortilla de maíz queso	\$0,37	0,40	2,61%	0,45	7,61%
Tortilla de maíz chicharrón	\$0,41	0,50	9,49%	0,49	8,49%
Corviche	\$0,21	0,40	19,34%	0,25	4,34%

Fuente: Empresa Chaya Café (2024)

Elaborado por: Anthonella Velásquez

Análisis: Estos valores representan los costos, precios actuales y reales, así como los porcentajes de utilidad de precio para una variedad de productos, incluyendo los que se reflejan en la tabla. Observando los datos, se puede notar que hay una variabilidad en los porcentajes de utilidad de precio, los cuales oscilan desde 2,61% hasta 19,34%. Esto sugiere que algunos productos tienen márgenes de utilidad más ajustados que otros. Comenzando con el "Pan de almidón", se observa que tiene un costo de \$0.18 y un precio actual de \$0.25, lo que resulta en un margen de utilidad del 7.29%. Sin embargo, al comparar este precio con el precio real de \$0.21, se encuentra que el margen de utilidad real es del 3.29%, lo que sugiere que el precio actual está sobrevalorado en comparación con el precio real.

Para las "Tortillas de yuca queso" y "Tortillas de yuca chicharrón", los porcentajes de utilidad sobre el precio real son del 5.44% y 6.40%, respectivamente. Esto indica que, aunque ambos productos tienen un margen de utilidad saludable, el de las tortillas de yuca chicharrón es ligeramente superior. Además, el porcentaje de aumento entre el precio actual y el precio real es más pronunciado en el caso de las tortillas de yuca chicharrón, lo que sugiere una mayor flexibilidad en la fijación de precios.

Por otro lado, las "Tortillas de maíz queso" y "Tortillas de maíz chicharrón" muestran porcentajes de utilidad sobre el precio real del 7.61% y 8.49%, respectivamente. Estos valores son más altos en comparación con las tortillas de yuca, lo que sugiere una mayor rentabilidad en los productos de maíz. Además, la diferencia entre el precio actual y el precio real es más significativa en el caso de las tortillas de maíz chicharrón, lo que indica una posible estrategia de fijación de precios más agresiva para este producto.

Finalmente, el "Corviche" muestra un porcentaje de utilidad sobre el precio real del 4.34%, que es el más bajo de todos los productos analizados. Esto sugiere que el margen de utilidad del corviche es el más ajustado en comparación con otros productos. Sin embargo, el porcentaje

de aumento entre el precio actual y el precio real es considerable, lo que indica una estrategia de fijación de precios más dinámica para este producto.

Asimismo, el precio es un factor determinante que influye en las decisiones de los consumidores. Por ende, exploraremos cómo el precio de Chaya Café se compara con el de la competencia en base a la misma línea de productos, analizando, cómo los precios reflejan la calidad, la variedad y la experiencia gastronómica ofrecida, en comparación con otras opciones disponibles en el mercado.

Tabla 16. Precio de venta frente a la competencia

Restaurantes	Chaya	Cafetería	Bolones de	Caramel	Naturissimo
Productos	Café	Jean Pierre	la Abuela		
Pan de almidón	0,25	\$0,80		0,75	0,48
Tortilla de yuca queso	0,40	\$0,80		0,75	0,48
Tortilla de yuca chicharrón	0,50	\$0,95		0,75	0,48
Tortilla de maíz queso	0,40	\$0,80	0,75	0,75	0,80
Tortilla de maíz chicharrón	0,50	\$0,95	0,75	0,75	0,80
Corviche	0,40	\$0,85		0,80	

Fuente: Unidades de negocio de comida rápida (2024)

Elaborado por: Anthonella Velásquez

Análisis: Una vez visualizado los precios de los productos ofrecidos por los diferentes restaurantes, revela una variedad de rangos de precios en el mercado. En este caso, Chaya Café presenta los precios más bajos en productos como el pan de almidón y las tortillas de yuca y maíz, lo que sugiere una estrategia de precios competitivos para atraer a clientes sensibles al costo. Por otro lado, Cafetería Jean Pierre tiene precios más altos en la mayoría de los productos, indicando posiblemente una oferta centrada en la calidad y la exclusividad. También, Bolones de la Abuela y Caramel muestran precios similares en muchos productos, lo que podría sugerir una competencia directa en términos de precios. Finalmente, Naturissimo tiene precios competitivos en la mayoría de los productos, destacando particularmente en las tortillas de maíz, lo que podría ser una estrategia para atraer a clientes interesados en opciones más saludables. En resumen, la comparación de precios entre estos restaurantes refleja una variedad de enfoques estratégicos, desde la oferta de precios bajos hasta la diferenciación basada en la calidad y la salud.

DISCUSIÓN

La empresa debe adoptar una estrategia de fijación de precios más flexible, considerando las particularidades de cada producto ya que la variación en los costos de materia prima debe reflejarse de manera equitativa en los precios finales. De esta manera autores como Nagle T., y Holden R. (2002)., en su libro “Estrategia y tácticas de precios”, argumentan que las empresas deben considerar no solo los costos de producción, sino también las condiciones del mercado, la competencia y la percepción de valor por parte de los clientes al establecer precios.

En el libro “Gestión de Operaciones” de Stevenson W. (2015), se destaca que una cadena de suministro bien gestionada no solo reduce los costos, sino el que pueda aumentar la capacidad de respuesta a la demanda del mercado. Por ende, mejorar la eficiencia operativa y optimizar la cadena de suministro puede contribuir a reducir los costos de producción, especialmente aquellos relacionados con la materia prima.

En este sentido es importante resaltar las características únicas de cada producto a través de estrategias de marketing puede respaldar la percepción de valor, justificando márgenes de utilidad diferenciados, enfatizando un poco de lo que Kotler P., y Armstrong, G. (2013) en su libro “Principios de Marketing”, sostienen que la importancia de comunicar claramente los beneficios diferenciales de un producto puede influir en la percepción del cliente sobre su valor. Asimismo, es crucial implementar un sistema de monitoreo continuo de precios para evaluar la rentabilidad y hacer ajustes según las dinámicas del mercado y cambios en los costos de producción, en donde las herramientas tecnológicas actuales de big data pueden proporcionar información valiosa ayudando a la empresa a tomar decisiones más ágiles y precisas sobre la misma.

CONCLUSIONES

El análisis detallado de los costos de producción en la empresa Chaya Café revela una estructura sólida en la fijación de precios, basada en costos y en el Diagrama de Lawrence. La consideración meticulosa de los costos de materia prima, mano de obra y CIF proporciona una visión integral de la relación entre los costos y la producción para cada producto. Este enfoque es crucial para la toma de decisiones estratégicas en la gestión y optimización de recursos en la empresa.

Los cálculos precisos de los precios de venta, basados en costos unitarios y márgenes de utilidad, muestran una estrategia clara para garantizar la rentabilidad y competitividad en el mercado. La variación en los porcentajes de utilidad entre los productos refleja la influencia directa de los costos asociados con la materia prima. La adaptabilidad y estrategia diferenciada en la fijación de precios son esenciales para equilibrar eficiencia operativa y competitividad en el mercado.

El análisis comparativo entre los precios actuales y los precios reales con un 20% de utilidad destaca la necesidad de ajustar algunos precios para optimizar la rentabilidad y cubrir eficientemente los costos de producción. La flexibilidad en la fijación de precios, considerando las particularidades de cada producto, es recomendada para garantizar una política de precios adaptativa y estratégica.

RECOMENDACIONES

Para consolidar la estructura sólida en la fijación de precios, es esencial implementar un sistema de control de costos continuo que permita un monitoreo detallado de los costos de materia prima, mano de obra y CIF, identificando y corrigiendo cualquier desviación de manera oportuna. Igualmente, capacitar al personal en el manejo del Diagrama de Lawrence garantizará que todos los responsables de la toma de decisiones comprendan y utilicen adecuadamente esta

herramienta para evaluar y optimizar los costos de producción, siendo fundamental para revisar y ajustar periódicamente los precios de los productos, basando estas revisiones en análisis detallados de costos para asegurar que la fijación de precios se mantenga competitiva y rentable.

Por otra parte, para mantener una estrategia clara de rentabilidad y competitividad, es considerable realizar análisis de sensibilidad de costos, evaluando cómo las variaciones en los costos de materia prima afectan los márgenes de utilidad y ajustando los precios de venta en consecuencia. Además, desarrollar una estrategia de fijación de precios diferenciada permitirá adaptar los precios según las particularidades de cada producto y su impacto en la competitividad del mercado, en donde, implementando herramientas avanzadas de análisis de mercado, como software especializado, ayudará a analizar las tendencias del mercado y ajustar las estrategias de precios de forma proactiva, asegurando un equilibrio entre eficiencia operativa y competitividad.

Sumando a esto, el optimizar la rentabilidad y cubrir eficientemente los costos de producción, es crucial reevaluar periódicamente los precios de los productos, asegurando que estos reflejen las condiciones actuales del mercado y los costos de producción, manteniendo un margen de utilidad del 20%. También, adoptar una política de precios flexible permitirá realizar ajustes rápidos ante cambios en los costos o en las condiciones del mercado, asegurando una respuesta ágil y eficaz, en los que, analizando la rentabilidad de cada producto de manera individual, identificando aquellos que no alcanzan el margen de utilidad deseado y considerando estrategias como la reestructuración de costos, la eliminación de productos no rentables o la optimización del proceso de producción permitan mantener una política de precios adaptativa y estratégica.

En consecuencia, las recomendaciones finales sugieren adoptar una estrategia de fijación de precios más flexible, mejorar la eficiencia operativa y optimizar la cadena de suministro para

reducir costos, destacar las características únicas de cada producto a través de estrategias de marketing, y establecer un sistema de monitoreo continuo de precios para ajustes según las dinámicas del mercado y cambios en los costos de producción. Estas medidas contribuirán a la sostenibilidad financiera y competitividad a largo plazo de Chaya Café en el mercado de comida rápida.

Tabla 17. Matriz Metodológica

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	TIPO DE INVESTIGACIÓN	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN / ENFOQUE	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	PROCEDIMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN
Determinar todos los costos involucrados en la producción, incluyendo los costos directos e indirectos de la empresa CHAYA CAFÉ.	OE1: Determinar los costos involucrados en la producción, incluyendo los costos directos e indirectos de la empresa CHAYA CAFÉ.	Descriptiva	Mixta	Entrevista	<ol style="list-style-type: none"> 1. Selección de participantes (Gerente General) 2. Desarrollo de cuestionario (10 preguntas) 3. Documentación y aclaraciones 4. Análisis de datos 5. Validación de los datos 6. Informe final detallado
	OE2: Identificar la necesidad de implementar un sistema de costos de producción para conocer el precio de venta real de la empresa CHAYA CAFÉ.	Descriptiva	Cuantitativa	Ficha de Observación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar las áreas clave 2. Desarrollo de la ficha de observación 3. Planificación de las observaciones 4. Ejecución de las observaciones 5. Análisis de resultados 6. Informe final detallado
	OE3: Evaluar el efecto que tiene la empresa CHAYA CAFÉ sobre la competencia en el mercado por su precio en los productos.	Análítica	Mixta	Revisión Documental	<ol style="list-style-type: none"> 1. Selección de participantes (Gerente General, Encargado de ventas y Contadora) 2. Identificación de documentos relevantes 3. Desarrollo de criterios de selección 4. Recopilación de documentos 5. Revisión y análisis de documentos 6. Comparación con competidores 7. Evaluación de estrategias de precios 8. Identificación de factores de impacto 9. Síntesis de resultados 10. Informe final detallado y Flujo de costos de producción (Modelo de fijación de precios, costos y ventas Lawrence).



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arias, E. R. (2022a). *Investigación de campo*. Economipedia. Obtenido de: <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-de-campo.html>
- Arias, E. R. (2022b). *Investigación descriptiva*. Economipedia. Obtenido de: <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-descriptiva.html>
- Arona Castillo, E. M. (2022). Metodología de análisis de revisión documental para la actualización curricular de carreras universitarias. *Revista Científica Saperes Universitas*, 5(2), 96–124. <https://doi.org/10.53485/rsu.v5i2.232>
- Bayas, K., Macías, I., y Hurel, G. (2019). *La incidencia de los costos de producción en los resultados de la compañía MERST SA*. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*. Obtenido de: <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/04/costos-produccionmerstsa.html>.
- Cedeño, K. D. M., Cedeño, P. A. M., y Montoya, J. S. L. (2019). *La contabilidad de costos y su relación en el ámbito de aplicación de las entidades manufactureras o industriales*. *Observatorio de la economía latinoamericana*, 253. Obtenido de: <https://doi.org/10.5281/zenodo.3240566>
- Cartier, E. N. (2003). *¿Cómo enseñar a determinar costos? Un problema no resuelto*. VIII Congreso del Instituto Internacional de Costos (IIC) y I Congreso de la Asociación

Uruguay de Costos (AURCO), Punta del Este, Uruguay. Obtenido de:
<https://revistas.uns.edu.ar/cea/article/download/834/493>

Cartier E. N. (2008). *¿Teoría general del costo? XXXI Congreso Argentino de Profesores Universitarios de Costos*, Tucumán, Argentina. Disponible en:
http://www.iapuco.org.ar/trabajos/xxxi/Trabajo_029_2008.pdf. Obtenido de:
<https://revistas.uns.edu.ar/cea/article/download/834/493>

Chávez J., (2022). *¿Qué es el costo de producción? elementos, tipos y ejemplo*. CEUPE.
Obtenido de: <https://www.ceupe.com/blog/costo-de-produccion.html>

Chiavenato, I. (2007) *Introducción a la Teoría General de la Administración*. Séptima edición. México. Editorial Mc Graw Hill.

El video análisis, evolución a las fichas de observación de clase. (s. f.). Obtenido de:
<https://www.codimg.com/education/blog/es/fichas-observacion-clase#:~:text=Las%20fichas%20de%20observaci%C3%B3n%20son,que%20el%20videoan%C3%A1lisis%20puede%20solventar.>

FundaPyMES & FundaPyMES (2023). *Cómo calcular el precio de venta de un producto. Lleva tu negocio al siguiente nivel de crecimiento*. Obtenido de:
<https://www.fundapymes.com/calcular-precio-de-venta/>

García L. (2005). *El concepto de costo desde la teoría general. Análisis de los principios fundamentales sobre los que se sustenta su construcción*. (Tesis de Maestría en

Administración de Empresas Inédita). Universidad Nacional del Litoral. Obtenido de:
<https://revistas.uns.edu.ar/cea/article/download/834/493>

Globalkam Consultares (2023). *Cómo calcular el precio de venta correctamente*. Obtenido de: <https://globalkamconsultoresretail.com/calcular-el-precio-de-venta/>

Grupo Aspasia. (2022, 18 noviembre). *Glosario de la formación: Método (de investigación) inductivo* - Grupoaspasia.com. grupoaspasia.com. Obtenido de:
<https://grupoaspasia.com/es/glosario/metodo-de-investigacion-inductivo/>

Horngrén, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M. V. (2011). *Contabilidad de Costos*. Pearson.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de marketing*. Pearson Educación Mexico.
 Obtenido de:
https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf

Latam, T. (2023). *¿Qué son los costos de producción, cómo calcularlos y cómo reducirlos?*
 Obtenido de: <https://es.totvs.com/blog/gestion-industrial/que-son-los-costos-de-produccion-como-calcularlos-y-como-reducirlos/#:~:text=Los%20costos%20de%20producci%C3%B3n%20incluyen,dividen%20en%20fijos%20y%20variables.>

Latam, S. (2023, 15 diciembre). *Precio de venta: ¿Qué es y cómo calcularlo?* Salesforce.
 Obtenido de: <https://www.salesforce.com/mx/blog/precio-de->

Pacto Mundial ONU España. (2023, 31 mayo). *Sostenibilidad empresarial*. Obtenido de: <https://www.pactomundial.org/que-puedes-hacer-tu/sostenibilidad-empresarial/#:~:text=La%20sostenibilidad%20empresarial%20se%20aplica,y%20de%20las%20generaciones%20futuras>.

Pérez Soto, D. (2018). *Proyecto de inversión para la apertura de un negocio de comida rápida en Xalapa, Ver.* [Tesis de grado]. Universidad Veracruzana.

Pipedrive. (2021, 2 junio). Tres tipos de KPIs de ventas y tableros para mejorar tus ingresos. *Pipedrive*. <https://www.pipedrive.com/es/blog/kpis-ventas>

Rojas, A., (2007). *Sistema de Costos: Un proceso para su implementación*. Centro de Publicaciones Universidad Nacional de Colombia Sede Manizales. Colombia. Obtenido de: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/25393/1/T3997i.pdf>

Rodríguez N., (2023). *Qué son los precios de venta y pasos para definirlos*. HubSpot. Obtenido de: <https://blog.hubspot.es/sales/precios-de-venta>

Reyes-Ruiz, L. y Carmona Alvarado, F. A. (2020). *La investigación documental para la comprensión ontológica del objeto de estudio*. Obtenido de: <https://bonga.unisimon.edu.co/bitstream/handle/20.500.12442/6630/La%20investigaci%C3%B3n%20documental%20para%20la%20comprensi%C3%B3n%20ontol%C3%B3gica%20del%20objeto%20de%20estudio.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Smith, A. (2019). *La riqueza de las naciones*. LA CASE Books. Obtenido de: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/62050719/Smith__Adam._-_La_riqueza_de_las_naciones__2016_20200210-81155-6515vb.pdf?1581322182=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLa_riqueza_de_las_naciones.pdf&Expires=1709666465&Signature=gEsWmOC1zPkM27XSTl-HrUGyIGfgVP268QwYqUcbDAJkcVp~kILMOqa6EHj5WpTyogCUINrOtq6O8j9hbjl6Y02xkAJU7WsqpqHyIS6idrXniOUw84RlbnvItVnMxvriJekjANqX~~nJxKHrm7k-iAfnU9mjVw7MY9Ee9duQA3wtEdBZ73PvrtR3cMrWnG99lXYG5MimyEaoj4-H1fvYRr7RuG5lgQWvDGzmL0sAodNdX2~Yrfn1op-rSj4yiWv4BxBKeMFVnHEdvnvCYUlpea6tsA7~wyQ0J47A66Nb3xwR0NqTrU~prWK6YhGC0ECit8ODDt2blX~zGqI6M1TyQ__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

Scoptoni, L. M., Casarsa, F. A., y Schmidt, M. A. (2017). *Teoría general del costo y contabilidad de gestión: revisión doctrinal*. Centro de Estudios de Administración, 1(1), 68-88.

Sánchez, B. (2009). *Problemática de conceptos de costos y clasificación de costos*. Revista de la Facultad de Ciencias Contables UNMSM, 16 (32), 10. Recuperado de <http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/quipukamayoc/2009/segundo/pdf/a10v16n32.pdf> . Obtenido de: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/25393/1/T3997i.pdf>

Sarmiento, R. (2010). *Contabilidad de Costos*. Quito: Impresos Andinos S.A. Obtenido de: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/21786/1/T3562i.pdf>

Suquilanda Lizano, E. C. (2016). *Asignación de costos de producción y su incidencia en la determinación del precio del producto* (Bachelor's thesis, Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Contabilidad y Auditoría. Carrera Contabilidad y Auditoría).
 Obtenido de: <file:///Users/anthonellavelasquez/Desktop/Dialnet-GestionYCostosDeProduccion-7817700.pdf>

Sintaxis. (s. f.). *La importancia de la técnica de la entrevista en la investigación en comunicación y las ciencias sociales. Investigación documental. Ventajas y limitaciones.* Obtenido de:
<https://revistas.anahuac.mx/index.php/sintaxis/article/view/979/1025#info>

Stevenson, W. (2015). *Operations Management*. McGraw-Hill

Uzurieta, G. (2019). *Análisis de los costos de producción en la empresa*. Obtenido de:
<https://www.gestiopolis.com/analisis-de-los-costos-de-produccion-en-la-empresa/>

Villalba, C. I. C., Liberio, R. V. N., Zambrano, C. M. N., y González, E. A. P. (2021). *Gestión y costos de producción: Balances y perspectivas*. *Revista de Ciencias Sociales*, 27(1), 302-314.

Westreicher, G. (2022). *Teoría de costos*. Obtenido de:
<https://economipedia.com/definiciones/teoria-de-costos.html>

Westreicher, G. (2022, 24 noviembre). *Precio de venta*. Economipedia.
<https://economipedia.com/definiciones/precio-de-venta.html>

Yardin A. (2010). *El Análisis Marginal*. Buenos Aires: Osmar D. Buyatti Editorial. Obtenido de: <https://revistas.uns.edu.ar/cea/article/download/834/493>

ANEXOS



Anexo 1. Análisis e Interpretación de los resultados de la entrevista dirigida y realizada al Gerente General de la empresa CHAYA CAFÉ

Entrevista al Gerente General Sr. Hermen Velásquez:

- **¿Nos podría describir de manera muy breve sobre la trayectoria de CHAYA CAFÉ y cual es su función dentro del sector comercial de comida rápida?**

CHAYA CAFÉ es una empresa fundada en el 2001 con más de 22 años en el sector comercial en la cual se caracteriza por vender productos de comida rápida (bocaditos) tradicionales de la provincia de Manabí, dándole un plus a este sector y asimismo tener latente las raíces culinarias al exponer los productos como parte de la cultura manabita.

- **¿Cuáles son los principales productos que ofrece la empresa Chaya Café?**

En Chaya Café los principales productos que se ofrecen son una línea de horneados, en la cual se basan de panes de almidón, tortillas de yuca y maíz tanto queso como chicharrón y corviches. Todos estos han sido los esenciales sobre la acogida y el éxito en general que la empresa a logrado con el pasar el tiempo.

- **¿Cuáles son los insumos o materiales necesarios para la producción de esos productos en la empresa Chaya Café?**

Asimismo, los insumos y materiales necesarios para la producción de esta línea de horneados incluyen: harina, almidón, yuca, maíz, chicharrón, queso, pescado, condimentos, materiales de empaquetado, etc. Estableciendo que cada uno de estos son proveídos por personas garantizadas en el procedimiento de cada uno de ellos.

- **¿Podría proporcionarme una lista detallada de los costos directos asociados con la producción de cada uno de estos productos de la empresa?**

Sí, realmente como microempresa tenemos el deber de observar esos costos en la cual sabemos que son desglosados por los costos de materia prima, mano de obra, costos de embalaje y otros

gastos directos. A continuación, una lista de los costos directos asociados a la producción por producto:

Pan de almidón: Almidón, Leche, Huevo, Sal y Mano de obra directa en la producción.

Tortilla de yuca, queso y chicharrón: Yuca, Queso, Chicharrón, Sal y Mano de obra directa en la producción.

Tortilla de maíz, queso y chicharrón: Harina de Maíz, Queso, Chicharrón, Sal y Mano de obra directa en la producción.

Corviche: Harina de maíz, Pescado, Condimentos y Mano de obra directa en la producción.

- **¿Cuáles son los costos de maquinaria o equipo en la empresa Chaya Café directamente utilizados en la producción?**

De esta manera, también se pudo analizar un poco sobre los costos de maquinaria y equipo que son directamente utilizados en la producción como hornos, maquinarias específicas, equipos de preparación e instrumentos adicionales útiles en el desarrollo de estos productos en la cual la inversión que se debe tener para adquirir estas máquinas o instrumentos suelen apuntar en su mayoría una aproximación de entre \$1.200 a \$7.000 dólares, esto con el objetivo de que permitan sistematizar el trabajo y hacerlo de una manera menos pesada.

- **¿Se realizan análisis de costos periódicos para evaluar la rentabilidad de la producción de productos específicos en la empresa Chaya Café?**

Podemos decir que la empresa no genera análisis de los costos periódicamente ya que realmente no hay una persona encargada precisamente para eso y por ende hay inexistencia de información precisa para poder generar una evaluación sobre la rentabilidad. De esta manera, podemos decir que si se ha dado las tareas de analizar como equilibrar los costos de cada uno de los productos en cuanto a situaciones como el alza de los precios o crisis que se generan en el país y hacen que las ventas disminuyan.

- **¿Cómo se registran y analizan los costos de producción en la empresa Chaya Café?**

Como anteriormente dicho, realmente la empresa no tiene un sistema que ayude a registrar periódicamente estos costos, sin embargo, se pueden justificar al momento de que cada proveedor de los insumos o materiales que son utilizados en estas producción entregan un comprobante o factura en donde clarifica que estos han sido adquiridos por tal precio y así se puede analizar qué es lo que le conviene a la empresa y si obteniendo eso favorece o no a su rentabilidad.

Anexo 2. Análisis e Interpretación de los resultados de Ficha de Observación realizada a la empresa CHAYA CAFÉ

FICHA DE OBSERVACIÓN

Nombre de la Empresa	Chaya Café
Área de trabajo	Producción Y Venta
Fecha	09/02/2023

INSTRUCCIONES: Observar si la ejecución de las actividades marcando con una (x) el cumplimiento de acuerdo con lo establecido. (SI, NO)

OBJETIVO: Identificar la necesidad de implementar un sistema de costos de producción para conocer el precio de venta real de la empresa Chaya Café.

Nº	ASPECTOS POR EVALUAR	SI	NO	OBSERVACIONES
a. Costos de producción				
1	Observan la calidad de los insumos utilizados.	x		
2	Verifican la variedad y frescura de las materias primas.	x		

3	Evalúan la eficiencia y velocidad del personal.	x
4	Verifican el cumplimiento de normas de higiene y seguridad.	x
5	Observan el uso de equipos y tecnologías.	x
6	Verifican la eficiencia en la gestión de recursos.	x

b. Proceso de producción

1	Observan la rapidez y organización en la preparación de alimentos.	x
2	Verifican la gestión del tiempo en cada etapa del proceso.	x
3	Evalúan la consistencia en la calidad de los productos.	x
4	Verifican el cumplimiento de estándares de seguridad alimentaria.	x

c. Cálculo del Precio de Venta

1	Observan la inclusión de todos los costos de producción.	x	Se debe incluir todos los costos de producción para un cálculo más preciso del precio de venta.
2	Verifican la consideración de costos fijos y variables.	x	Se debe observar la consideración de estos para asegurar una comprensión completa de los gastos asociados.
3	Evalúan cómo se establece el margen de ganancia.	x	Se debe establecer el mismo para determinar la rentabilidad del negocio.
4	Observan si se consideran factores del mercado y competencia.	x	Se debe analizar estos factores y competencia para establecer precio competitivos y atractivos.

5	Verifican si existe una estrategia clara en la fijación de precios.	x	Se debe observar una estrategia clara para asegurar coherencia y alineación con los objetivos de la empresa.
6	Evalúan la adaptabilidad de los precios a cambios en los costos.	x	Se debe evaluar la misma para mantener la competitividad en el mercado.

Fuente: Empresa Chaya Café (2024)

Elaborado por: Anthonella Velásquez

Análisis general: Se puede observar que existen buenas prácticas en la mayoría de los aspectos, como la atención a la calidad de los insumos, la eficiencia del personal y la gestión del tiempo, asimismo, algunos aspectos que se deben considerar como los costos fijos y variables, y la estrategia clara en la fijación de precios, podrían necesitar una atención más detallada. Por ende, de manera general la empresa demuestra un enfoque positivo hacia la eficiencia y la calidad, pero es importante abordar las áreas de mejora identificadas para optimizar aún más la operación y la rentabilidad de la misma. Sin embargo, el considerar estos puntos ayuda a brindar una retroalimentación o a tomar medidas para mejorar los procesos de la empresa Chaya Café.

Anexo 3. *Análisis de los resultados sobre el Costo Total De Producción de los productos de comida rápida de la empresa CHAYA CAFÉ, desarrollados en base a los costos de producción, precio de venta y ganancias de cada uno.*

	MATERIA PRIMA				RELLENO			Total Materia Prima	MANO DE OBRA	CIF	Costo de producción	COSTO TOTAL	UNIDADES	COSTO TOTAL PRODUCCIÓN unitario	Utilidad esperada %	PRECIO DE VENTA	GANANCIA PRECIO DE VENTA REAL	PRECIO DE VENTA ACTUAL	GANANCIA CON PRECIO DE VENTA ACTUAL	% de ganancia con precio actual	% de ganancia con precio real de venta
	Masa almidón	Masa corviche	Masa yuca	Masa maíz	Queso	Chicharrón	Pescado														
Pan de almidón	\$ 74,88							\$ 74,88	\$ 1,60	\$ 0,68	\$ 77,16	\$ 95,82	541	\$ 0,18	\$ 0,20	\$ 0,21	\$ 0,03	\$ 0,25	\$ 0,07	7,29%	3,29%
Tortilla de yuca chicharrón		\$ 10,95			\$ 7,01			\$ 17,96	\$ 0,83	\$ 0,52	\$ 19,31	\$ 37,98	116,5	\$ 0,33	\$ 0,20	\$ 0,39	\$ 0,06	\$ 0,50	\$ 0,17	17,46%	6,40%
Tortilla de maíz chicharrón			\$ 34,12		\$ 7,01			\$ 41,13	\$ 0,83	\$ 0,54	\$ 42,50	\$ 61,17	151	\$ 0,41	\$ 0,20	\$ 0,49	\$ 0,08	\$ 0,50	\$ 0,09	9,49%	8,49%
Tortilla de yuca queso		\$ 10,95		\$ 2,31				\$ 13,26	\$ 0,83	\$ 0,52	\$ 14,61	\$ 33,28	116,5	\$ 0,29	\$ 0,20	\$ 0,34	\$ 0,05	\$ 0,40	\$ 0,11	11,44%	5,44%
Tortilla de maíz queso			\$ 34,12	\$ 2,31				\$ 36,43	\$ 0,83	\$ 0,54	\$ 37,80	\$ 56,47	151	\$ 0,37	\$ 0,20	\$ 0,45	\$ 0,08	\$ 0,40	\$ 0,03	2,61%	7,61%
Corviche	\$ 35,39						\$ 8,08	\$ 43,46	\$ 2,23	\$ 0,52	\$ 46,22	\$ 64,88	314	\$ 0,21	\$ 0,20	\$ 0,25	\$ 0,04	\$ 0,40	\$ 0,19	19,34%	4,34%
TOTALES									\$ 7,14	\$ 3,34	\$ 237,59	\$ 349,59	1.390,00	\$ 1,77	\$ 1,20	\$ 2,13	\$ 0,36	\$ 2,45	\$ 0,68	67,56%	35,56%



Anexo 10. Resumen



TRANSLATION DEPARTMENT

Source text language	Target text language
<p>Spanish</p> <p>Resumen</p> <p>Este estudio se enfocó en examinar el análisis de la incidencia de los costos de producción en los productos de comida rápida y su aporte al cálculo del precio de venta. Caso Chaya Café. Sin embargo, con el aumento de la competencia, las empresas, incluyendo los negocios, deben relacionar los costos y la fijación de precios desde la perspectiva competitiva, sin descuidar políticas que permitan ajustes de precios sin comprometer la rentabilidad y la continuidad del negocio. Por este motivo, se desarrolló una investigación de campo y analítica de carácter descriptivo entre enero y julio 2023, aplicando un modelo de entrevista para el propietario de Chaya Café sobre su situación general, los factores que constituyen a los procesos de costos de producción y su importancia en aplicar un sistema dentro de la empresa. El resultado evidencia que su principal punto de fortaleza es seleccionar la mejor calidad de materia prima utilizados para elaborar sus productos y a la vez sus procesos de producción, su debilidad es resistirse a implementar nuevas herramientas o sistemas de costos que permitan controlar mejor estos procesos. Una de las variables que ha permitido a Chaya Café tener sostenibilidad económica son los productos horneados y fritos, donde dentro de esto incluye la calidad, la atención y la entrega del producto. La importancia de estas variables se debe porque a raíz de esto les da mayor garantía de permanencia y regenerar su posicionamiento en el mercado. Se concluye que Chaya Café ocasiona satisfacción entre sus clientes por ofrecer calidad en sus productos. Asimismo, tienen el compromiso con el medio ambiente utilizando productos biodegradables. Por lo tanto, es crucial considerar que las variables relevantes son la calidad tanto en sus procesos como en sus productos y el compromiso ante las expectativas de los consumidores.</p> <p>Palabras clave: Costos de producción, materia prima, fijación de precios, calidad de productos, sostenibilidad económica. .</p>	<p>English</p> <p>Abstract</p> <p>This study focused on examining the analysis of the incidence of production costs on fast food products and their contribution to the calculation of the selling price. Case study: Chaya Café. However, with the increase in competition, companies, including businesses, must link costs and pricing from a competitive perspective, without neglecting policies that allow price adjustments without compromising the profitability and continuity of the business. For this reason, a descriptive field and analytical research was carried out between January and July 2023, applying an interview model to the owner of Chaya Café about their general situation, the factors that constitute the production cost processes and their importance in applying a system within the company. The result shows that their main strength is to select the best quality of raw materials used to make their products and at the same time their production processes, their weakness is to resist implementing new tools or cost systems that allow better control of these processes. One of the variables that has allowed Chaya Café to have economic sustainability is baked and fried products, where it includes the quality, attention and delivery of the product. The importance of these variables is because they give them a greater guarantee of permanence and regenerate their positioning in the market. It is concluded that Chaya Café generates satisfaction among its customers by offering quality in its products. Likewise, they are committed to the environment by using biodegradable products. Therefore, it is crucial to consider that the relevant variables are quality in both their processes and products and the commitment to meet consumer expectations.</p> <p>Keywords: production costs, raw materials, pricing, product quality, economic sustainability.</p>

Expert translator
 Roberth Ponce Martinez
 1031-15-1329356 / 1031-2018-1988296

