ANÁLISIS Y OPTIMIZACIÓN DE COSTOS DE LA HAMBURGUESERIA “BENBURG” DE LA CIUDAD DE FLORENCIO VARELA, BUENOS AIRES.

Nombre: Melina Mariel Marfil

DNI: 39.668.321

Legajo: B00020322-C8

Carrera: Contador Público

Mail: melinamariel.marfil@alumnos.uai.edu.ar

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer a todas las personas que a lo largo de este camino confiaron en que este momento llegaría, a todos aquellos que creyeron en mí aun cuando yo no lo hacía.

A mi abuela Aida que siempre me apoyo y me brindo miles de charlas que me daban fuerzas para seguir. A mi mamá Lore, que me banco miles de noches con un tecito para mimarme mientras estudiaba. A mi hermano Car, mi persona favorita, que sin preguntar mucho siempre estuvo pendiente de mi proceso y me ayudo en este proyecto. A mi papá Ariel que a su manera me acompaño todos estos años. A mis suegros Mirta y Marcelo que tampoco me dejaron bajar los brazos.

A mi novio Gon que me impulso, y fue fundamental para que yo pueda llegar hasta este día que fue por mucho tiempo inimaginable. Que me espero con comida calentita después de la facu, me regalo cuadernos lindos para estudiar motivada, me seco las lágrimas en todos los momentos no tan buenos y festejo conmigo cada logro.

Un agradecimiento especial a mis amigos que entendieron mis ausencias porque había que estudiar. A mis compañeros de Microglobal que no dudaron ni un segundo en que este era el camino que debía seguir. A mis compañeros de cursada por el compañerismo. A mis queridos facu amigos Vivi, Seba y Aye que estos últimos años me apoyaron en cada momento y juntos pudimos superar todo para llegar hasta acá, en las buenas y en las malas.

A muchos docentes que fueron muy especiales y me inspiraron al demostrar tanta pasión por la profesión. Al profe Edberto Ibarra que cada semana estuvo pendiente de que el sueño de recibirse se convierta en realidad.

Y finalmente a mí, por mi perseverancia a pesar de tener que pasar por tantos momentos tan difíciles. Porque mi vida sufrió miles de cambios y cuando tuve que abandonar supe que algún día lo iba a lograr. Porque ya no soy la misma que cuando empecé la carrera con 21 años pensando que ya era tarde. Hoy miro para atrás y tengo miles de recuerdos y personas que pasaron por mi vida gracias a esta carrera, de los cuales miles de enseñanzas quedan grabadas en mi para siempre. Hoy puedo decir que me llevo mucho más que un título universitario.

INDICE

INTRODUCCION 4

Naturaleza del proyecto 4

a) Descripción 4

b) Justificación 5

c) Marco institucional – Descripción de la empresa 7

d) Propósito u objetivo general y objetivos específicos 10

e) Componentes o resultados 10

MARCO TEORICO 14

MARCO METODOLOGICO 21

Acciones a realizar 21

Cronograma de acciones 22

Determinación de recursos necesarios 22

Procedimiento para garantizar los aspectos éticos 24

Factores externos condicionantes para el logro de los resultados 24

Evaluación del proyecto 28

CONCLUSION 51

BIBLIOGRAFIA 52

ANEXOS 54

INTRODUCCION

Naturaleza del proyecto:

a. Descripción.

Por lo general, las pymes de Argentina que se encuentran en desarrollo tienen sus principales falencias en la falta de gestión de un sistema de costos integral que les permita tomar las decisiones correctas en cuanto a varios tópicos, uno de los principales: los precios. Como consecuencia, esta falla lleva a las empresas a perder competitividad frente a la competencia. Muchas veces esta falta de utilización de un sistema de costos se debe al desconocimiento no solo de la existencia e importancia de los mismos, sino que también al desconocimiento de los beneficios que tiene la información que brindan.

Según el Consejo Profesional de Ciencias Económicas de San Nicolás (2009) en su XIII Seminario Provincial de Jóvenes Graduados la importancia de determinar costos se funda en la necesidad de tomar decisiones, fijar precios, lograr un control de la producción, obtener eficiencia en las empresas y competitividad en los mercados.

Además, Calderón y Castaño (2005) afirman que la falta de conocimiento de la importancia de tener un sistema de gestión de costos trae como consecuencia una errónea fijación de precios, ineficiencia en la producción y cotizaciones incorrectas a clientes.

Por lo tanto, el presente trabajo tendrá la modalidad de Propuesta de Intervención en el campo profesional buscando optimizar los costos de la Pyme “Benburg” a partir de la implementación de un sistema de costos buscando la optimización de los costos actuales implementando de manera teórica y práctica los conocimientos en costos obtenidos durante la carrera de Contador Público.

“Benburg” se dedica a la venta de comida rápida en la ciudad de Florencio Varela. Es una pequeña empresa que se encuentra en pleno desarrollo y no

tiene el conocimiento y herramientas necesarios para una correcta utilización de los costos y de la información obtenida del sistema de costos para poder aplicarla en el beneficio de la empresa tanto en la determinación de los precios como en el aumento de la rentabilidad, entre otros beneficios.

Partiendo desde la información obtenida por la empresa “Benburg”, el proyecto tendrá como objetivo principal entender cuáles son todos los costos que la competen en su totalidad, tanto costos fijos como variables, directos e indirectos, para así poder desarrollar un sistema de costos efectivo que permita la optimización de los costos actuales, facilitando de manera directa una mejora en la rentabilidad de la empresa y lograr una ventaja competitiva en la producción para poder enfrentar a sus principales competidores con precios más bajos.

Para el desarrollo del trabajo, en primera instancia, se procederá con la recolección de los datos a través de una investigación de la empresa totalmente abarcativa, tomando en cuenta su historia, la manera en que gestionan los costos, su estructura operativa a través de una entrevista con sus dueños. Luego se analizará la información recolectada para crear una estrategia que permita a la empresa adaptarse a un nuevo sistema de costos más profesional, poniendo en evidencia la importancia de tener un sistema de costos eficaz y todas las mejoras que “Benburg” obtendría al implementarlo.

Finalmente, este trabajo no solo busca encontrar un enlace entre la empresa y un sistema de costos beneficioso, sino que también que se comprenda la importancia que tienen los datos que obtenemos del sistema empleado no solo para tener precios competitivos, sino que también para poder desarrollar la empresa, para tomar decisiones de todo tipo, para poder armar un Plan de Negocios a futuro, para poder proyectar y fortalecer la estructura de la empresa para asegurar la sostenibilidad de la misma a través del tiempo.

b. Justificación.

El trabajo se encuadra en la línea de Planes de Negocio. Resolución Técnica nº49 FACPCE[1] teniendo en cuenta el Instructivo de Trabajos Finales de

[1] Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas

Carreras de Grado de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Abierta Interamericana (2025).

El trabajo se desarrollará vinculado con la RT49 en los siguientes aspectos:

- Segunda parte título III inciso c) Producto o servicio “Ventajas competitivas en la producción de productos y servicios: indicar cuáles son los aspectos destacables de la capacidad de producción que signifiquen una ventaja ante los competidores.”
- Segunda parte título III inciso d) Descripción del sector: Proceso y criterio de compra

De acuerdo con el primer punto mencionado de la RT49 Porter (2010) menciona que “una empresa debe enfocarse en tres estrategias para obtener ventaja competitiva: liderazgo en costos, diferenciación de productos y enfoque al cliente. Considerando que la primera estrategia, es fundamental para alcanzar una ventaja sostenible”

En cuanto al segundo punto, Martha Ríos Manríquez define en la International Journal of Professional Business Review de la Universidad de Guanajuato (2018) La diferencia de la implementación los sistemas de gestión de costos relacionado con los procesos entre las grandes empresas y las Pyme de la siguiente manera:

> Para alcanzar eficientemente sus objetivos, las empresas requieren que el equipo directivo analice la información proveniente de un Sistema de Gestión de Costos (SGC) adaptado a sus necesidades específicas. Desafortunadamente, las pequeñas y medianas empresas (PYME) son menos propensas a implementar estos sistemas que las grandes empresas, debido a sus deficiencias económicas y técnicas, lo que las induce a enfocarse en mejorar su producción. generalmente se caracterizan por carecen de recursos económicos, técnicos y financieros para hacer frente a su competencia, requiriendo urgentemente de herramientas como los sistemas de gestión de costos que les provean de información para que puedan tomar decisiones como fijar el precio de un producto, o eliminar productos que no generan valor a la empresa. Un sistema general de costo adecuado a la organización puede impactar en el crecimiento de la

> organización, rentabilidad, crecimiento de ventas, margen de utilidad bruta, margen de utilidad neta, entre otros indicadores. En la operatividad de la empresa, muchos son los factores que influyen para que la organización logre sostenerse en el mercado, llegue a ser competitiva y líder en el sector y mercado donde se desenvuelve, uno de esos factores claves son los costos. De acuerdo con Porter (2010), una empresa debe enfocarse a tres estrategias obtener ventaja competitiva: liderazgo en costos, diferenciación de productos y enfoque al cliente. Considerando que la primera estrategia, es fundamental para alcanzar una ventaja sostenible. (Pàg.18)

Este proyecto se iniciará con una entrevista con los dueños de la pequeña empresa en la que se indagara la historia del negocio, que metodología utilizan actualmente para fijar precios, para que creen que les sirve determinar los costos. Luego se hará un análisis exhaustivo de los procesos de producción desde la compra de materia prima hasta la producción del producto final donde además se buscará identificar mejoras y oportunidades para aportar al objetivo de una mejor rentabilidad.

Luego, se buscará el sistema de costos más conveniente que sea eficiente para llegar a un precio tal que genere una ventaja competitiva para que “Benburg” pueda destacar ante sus principales competidores y tener una base sólida para su sustentabilidad.

Finalmente se presentará el proyecto con el fin de implementar los cambios y explicar a los dueños todos los usos que pueden darle a los datos que los costos pueden proporcionarles

c. Marco institucional.

Descripción de la empresa.

“Benburg” es una pyme fundada en enero de 2024 por Carlos Marfil y Facundo Portillo. Se dedica a la producción y venta de comida rápida, encuadrando en Servicios de 'fast food' y locales de venta de comidas y bebidas al paso según la clasificación de la Agencia de Recaudación y Control Aduanero (ARCA). Se

encuentra ubicada en la Avenida Lujan altura 1110 en el barrio de Bosques, localidad de Florencio Varela, provincia de Buenos Aires.

En cuanto a la estructura interna ambos dueños se encuentran al mando. En la cadena de mando sigue un encargado del local, quien tiene varias responsabilidades, entre la principal la del manejo de la caja. En un escalafón inferior se encuentra el personal de la cocina compuesto por tres personas: planchero, papero y toppinero.

Fuera de esta estructura se encuentran los deliverys que se encargan de la entrega de los pedidos en los domicilios de los clientes. Trabajan de lunes a Domingos únicamente a la noche, el servicio es de 20 a 23:30 hs, por lo que el personal ingresa 18hs hasta las 23.30 aproximadamente, los fines de semana por lo general se extiende media hora más el horario de cierre. Tienen dos tipos de servicios: delivery con entrega a domicilio o para retirar en el local. Además, recientemente agregaron un sector de mesas para poder comer en el lugar. Los pedidos los toman a través de una aplicación llamada menú fudo, donde los clientes ingresan y cargan su pedido con todos los detalles, pudiendo programar un horario para la entrega o el retiro o seleccionar la opción de lo antes posible donde la demora depende de la demanda, pero suele demorar 15-20 minutos.

La Pyme le da mucha importancia a la comunicación en redes sociales, tienen una presencia fuerte Instagram el cual lo maneja una Comunity manager que se encarga de subir historias, posteos, reels y utiliza distintas estrategias para llegar a más público como por ejemplo juegos en historias o sorteos en fechas especiales. Además, contratan a una fotógrafa de manera mensual la cual concurre al local y saca fotos de los productos de manera profesional, ya que quieren mantener su imagen en las redes sociales subiendo contenido de calidad.

Cuentan con una línea de productos de veinte variedades de hamburguesas, todas personalizables, se les pueden agregar o quitar ingredientes. A todas las ofrecen en menú con papas fritas. Además, recientemente agregaron una nueva variedad y tienen una hamburguesa del mes. Esta última consiste en un producto edición limitada que va cambiando de manera mensual. También

tienen 4 opciones Veggies y variedad en acompañamientos entre los que se encuentran aros de cebollas, papas con cheddar y bacón, nuggets entre otras. Aparte de estos productos también ofrecen bebidas de 600ml y de 1,5lts.

Su objetivo principal es diversificar su carta y ofrecer todo lo que el cliente necesita para una cena.

Dentro del entorno de "Benburg" pudimos identificar que tiene dos competidores directos:

1. "ByB Burgers": es una hamburguesería que abrió dos meses antes que "Benburg", es decir en diciembre de 2023. Se caracteriza por tener fuerte presencia en redes sociales. Si bien tiene precios más económicos, la calidad es inferior y los tiempos de entrega que ofrecen son superiores a los de "Benburg". La competencia se da principalmente en la exposición en redes sociales, esta empresa tiene fuerte presencia y buena exposición de sus productos. Si bien comparten zonas de entrega, no es en su totalidad.
2. "Friends Burgers": es una hamburguesería con 6 años de antigüedad. Está ubicado a tres cuadras de "Benburg" y su zona de reparto es la misma, aunque tiene más demora en la entrega. Al igual que ByB ofrecen precio y calidad inferiores. Su presencia en redes no es tan fuerte.

Competidores indirectos:

1. "Mr. Papa": es un comercio ubicado a cincuenta metros de "Benburg". Se dedican a la venta de panchos y conos de papas. Si bien ambas Pymes venden papas, "Benburg" no lo considera un competidor porque son diferentes los públicos a los que apuntan, es decir tienen diferentes nichos de mercado
2. "Cangreburger": Es una hamburguesería ubicada a tres cuadras de "Benburg". En cuanto al radio de reparto, alcanzan la misma zona, ofrecen las mismas líneas de productos, tienen mayor trayectoria. Calidad y precio inferior, sin estructura para entregas rápidas, poca presencia en redes.

Es importante destacar que la búsqueda de lograr una ventaja competitiva a partir de la optimización de los costos, a través de un sistema de costos en el desarrollo de este trabajo tiene que ver con los competidores detallados anteriormente pero principalmente por la reciente amenaza de la posible presencia de una franquicia de hamburgueserías conocida en la zona.

d. Propósito u objetivo general y objetivos específicos.

Objetivo general:

Optimizar los costos de la hamburguesería “Benburg” ubicada en Florencio Varela, provincia de Buenos Aires para aumentar su rentabilidad y lograr una ventaja competitiva en relación al precio del producto final a través de un sistema de costos.

Objetivos específicos:

- Recolectar todos los datos posibles para poder analizar la empresa en profundidad
- Analizar la metodología actual que utilizan con relación a los costos
- Identificar los competidores directos y comparar precios.
- Clasificar los costos para su tratamiento específico
- Determinar qué sistema de costos se adecua mejor a la empresa teniendo en cuenta sus características y necesidades.
- Presentar los pasos a seguir a la empresa para adecuarse a la estrategia elegida.

e. Componentes o resultados.

El Instructivo de Trabajos Finales de Carreras de Grado de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Abierta Interamericana (2025) sugiere los siguientes pasos:

• Realizar el diagnóstico previo.

• Identificar y plantear el problema.

• Justificar su abordaje.

• Describir los destinatarios.

• Definir los objetivos y metas.

• Explicitar de las estrategias y recursos a implementar.

• Definir un cronograma de trabajo.

• Considerar los factores eventuales externos que pudiesen incidir en los resultados.

• Ponderar el impacto de la intervención.

(pág. 4)

Por lo tanto, siguiendo este esquema propuesto en primera instancia se realizará el diagnóstico previo. Para ello se entrevistará a los dueños de la pequeña empresa. Nos centraremos en conocer en detalle la historia de "Benburg", procesos de producción, métodos de cálculo de costos, fortalezas y debilidades y todo detalle que deba tomarse en cuenta para cumplir con el objetivo del proyecto.

A partir de allí se identificará y planteará el problema. En esta etapa se buscará identificar oportunidades de mejora y además, principalmente, nos enfocaremos en recolectar la información de costos de la empresa para abarcar la estructura de costos que utilizan actualmente en su totalidad y su funcionamiento con el objetivo de identificar las ineficacias a mejorar y estructurar de la manera más conveniente. Es considerada una etapa fundamental, ya que a partir de la información obtenida y los problemas identificados se iniciará el desarrollo del proyecto. Por lo tanto, podemos decir que es la etapa base, lo que conlleva a que tenga una solidez suficiente para guiarnos en el desarrollo de la implementación del nuevo sistema de costos.

La etapa siguiente propuesta en la guía es la de justificar el abordaje del proyecto. En esta instancia buscaremos que teoría de sistema de costos se adapta mejor a la empresa. Identificaremos cual es el método conveniente a implementar para llegar a mejorar la rentabilidad de la pequeña empresa, además de los beneficios anteriormente mencionados.

Luego pasamos a definir los destinatarios. Si bien anteriormente se describió a la empresa en general, esta vez buscaremos conocer a la empresa específicamente en los costos y cuáles son sus falencias estructurales. Se detallará que proveedores tienen en cuenta actualmente, cuales son los cálculos que realizan para llegar a los precios finales de los productos. Será fundamental conocer las condiciones de pago de los proveedores, si existieren descuentos por pronto pago, los aumentos que sufren los costos mensualmente. Esta información nos ayudará a poder realizar un desarrollo no solo a corto plazo, sino que también a mediano y largo plazo.

Definir los objetivos y metas es la etapa siguiente en la cual se planteará temporalmente el orden conveniente de cumplimiento de los objetivos planteados, ya que algunos arrojarán resultados en lo inmediato pero otros a largo plazo, lo que indica que las metas se prolongarán en el tiempo.

Luego se explicitarán las estrategias y recursos a implementar: Basándonos en teoría de Costos se buscará adaptar un sistema de costos que pueda llegar a ser compatible con el funcionalmente de la empresa intervenida. Se explorarán todas las opciones posibles destacando sus fortalezas y debilidades y siendo evaluadas de forma individual en función a la capacidad de la empresa a adaptarse a los nuevos métodos a emplear.

Definir un programa de trabajo. Es una instancia fundamental donde se estipularán los tiempos de las etapas a seguir en los próximos meses. Es indispensable la organización de los tiempos de desarrollo del proyecto para llegar a los mejores resultados posibles.

En una anteúltima etapa se considerarán los factores eventuales externos que pudiesen incidir en los resultados. Es decir, que se tendrá en cuenta las variables que pueden afectar el desarrollo del proyecto. Es fundamental en esta etapa actuar de manera proactiva para que el objetivo de la intervención no se vea perjudicado por ningún factor externo.

Por último, se buscará ponderar el impacto de la intervención. Esta etapa final busca observar los resultados de la intervención, evaluar si se logró alcanzar los resultados esperados teniendo en cuenta cual fue la aceptación y

adaptación en la pequeña empresa. Evaluar si el proyecto es sostenible o si en todo caso, hay que realizar alguna modificación.

Albanese Sol Ailen en el trabajo “OPTIMIZACIÓN EN LOS COSTOS DE LA EMPRESA “PARABRISAS CRISTAL” EN EL PARTIDO DE FLORENCIO VARELA, PROVINCIA DE BUENOS AIRES” (2024) describe de la siguiente manera los resultados esperados de una intervención de optimización de costos:

> El resultado esperado de este trabajo será la optimización de los costos de la empresa “Parabrisas Cristal”, mediante la intervención y realización de un análisis detallado de los componentes de costos de la empresa, con el objetivo de mejorar su rentabilidad y eficiencia operativa. Además de mejorar la rentabilidad financiera, se espera que esta intervención contribuya a fortalecer la competitividad de la empresa en el mercado, permitiéndole ofrecer productos de mayor calidad a precios competitivos. (Pág. 10)

MARCO TEÓRICO

En el siguiente apartado se presentarán los conceptos básicos necesarios para comprender el desarrollo del proyecto.

Teoría General del Costo

Raimondo Jorge en la guía de clases sobre toma de decisiones (2023) define a la teoría del costo de la siguiente manera:

> Es un conjunto de conocimientos que aspira a concentrar los principios que explican, dan fundamento y respaldo a las técnicas de costeo asentándose en tres columnas principales: la gestión, los sistemas de información y la economía; a partir de la ciencia económica se explica el "fenómeno costo", el cual se genera en el proceso productivo. Se entiende por producción la actividad por la cual se crean nuevos bienes y servicios para satisfacer necesidades, y en particular, su dimensión económica, la cual es la generación de valor.
>
> Establece como objeto genérico de análisis la problemática emergente de las relaciones entre los resultados de cualquier naturaleza de los procesos generadores de valor y los factores o recursos utilizados de carácter necesario para su obtención.
>
> La Teoría General del Costo elabora principios de aplicación general (no casos especiales); acepta la relatividad del costo: cada objetivo lo expresa de manera diferente. Se dejarán sentadas las bases de estudio y análisis más importantes del concepto de costo desde el punto de vista de la economía de producción. Debe explicar suficientemente bien qué cosa es el costo, su comportamiento, sus causas y sus efectos**.** (Pág. 1)

Por otra parte, Cartier (1992) menciona a la teoría de costos con la siguiente definición:

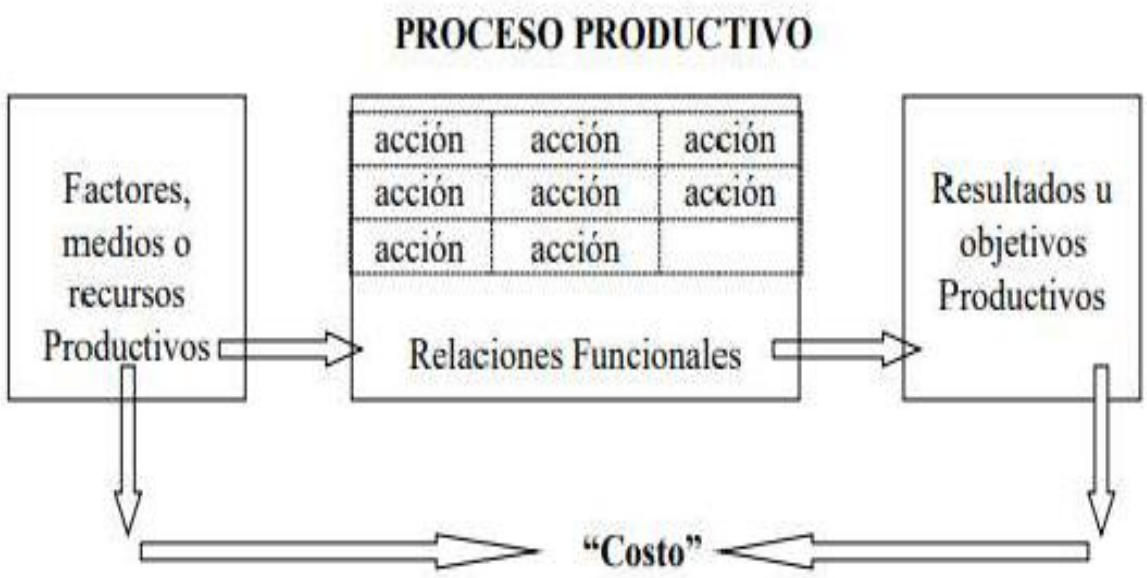
> La TEORIA GENERAL DEL COSTO sería entonces, la construcción de esquemas de análisis que interpreten y expliquen coherentemente la realidad del fenómeno productivo y que, por consiguiente, sean útiles a los efectos de vincular razonablemente los Factores o Recursos empleados con los Objetivos o Resultados obtenidos, a través de la definición de relaciones funcionales entre las distintas acciones que componen el Proceso Productivo en cuestión y su valorización. (Pág. 4)

Costo

Siguiendo con los puntos principales, es primordial definir que es el costo, de donde surge la definición de costos y cuál es la importancia de los mismos.

En cuanto a la definición de costos a continuación se detallarán distintas definiciones de importantes autores.

- Suma de esfuerzos y sacrificios voluntarios de bienes o servicios, medidos en forma contable según las unidades monetarias que se deben desembolsar para alcanzar un objetivo específico actual o futuro. (Raimondo, 2023)
- Costo no sería otra cosa que la vinculación válida entre un RESULTADO dado y los factores considerados necesarios para su obtención. Pero, dado que esa “vinculación” no puede hacerse sino a través del conjunto de acciones que componen el Proceso, su “validez” necesariamente tendrá que ver con la razonabilidad de la interpretación del fenómeno productivo particular que se pretenda costear. (Cartier, 1992)

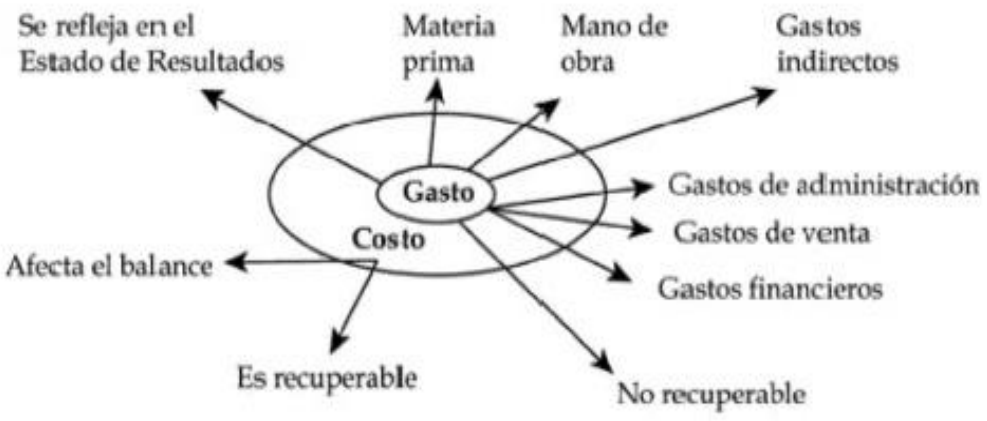


Fuente: Reveles López Ricardo (2019)

- Costo: Erogación o “sacrificio de valores” que reporta un beneficio futuro. Es un desembolso que se realiza para alcanzar un objetivo específico relacionado con la producción de un bien o servicio; es capitalizable e inventariable y hace parte del balance general. (Pabón, 2010)
- La palabra costo tiene dos aceptaciones básicas: puede significar la suma de esfuerzos y recursos que se han invertido para producir algo; o la segunda acepción se refiere a lo que sacrifica o se desplaza en lugar de la cosa elegida, en ese caso el costo de una cosa equivale a lo que se renuncia o sacrifica con el objetivo de obtenerla.

  El primer concepto expresa los factores técnicos e intelectuales de la producción o elaboración, y el segundo manifiesta las consecuencias obtenidas por la alternativa elegida. (Reveles, 2019)
- Según Aldo S. Torres (como se cita en Reveles, 2019, Pág. 15) un costo también representa un decremento de recursos, pero, a diferencia de los gastos estos recursos se han consumido para fabricar un producto. El costo se convertirá en gasto al momento de la venta del producto.
- Según Ernesto Reyes Pérez (como se cita en Reveles, 2019, Pàg16) el costo es un resumen de erogaciones – gastos- aplicados a un objetivo preciso: productivo o distributivo, recuperable a través de los ingresos que genere.

Representación de Gastos y Costos.



Fuente: Reveles López Ricardo (2019)

Clasificación de costos

Es fundamental para comprender los costos desde una perspectiva totalmente abarcativa que los mismos tienen distintas clasificaciones.

Raimondo en la guía de clases (2023) realiza la siguiente clasificación:

- Según su naturaleza: materiales, recursos humanos o gastos
- Según su fin o propósito: para valuación o para toma de decisiones
- Según su relación con el volumen: variables o fijos; y éstos pueden ser estructurales u operativos
- Según su relación con la unidad de costeo u objeto de costos: directos o indirectos
- Según su erogabilidad: erogables o no erogables
- Según su función: producción, administración, comercialización o financiación. (Pág. 1)

Sin embargo, Reveles (2019) plantea que la clasificación fundamental es la de gastos directos y gastos indirectos. Define a los gastos directos a los que se pueden identificar de manera plena en su aspecto físico y en el valor de cada unidad producida.

Además, menciona que para considerarse como gastos directos, los mismos deben reunir tres cualidades:

1. “Que sean identificables”. Esto significa no que sean visibles o tangibles, sino que son necesarios o indispensables para la realización del producto. No se hace referencia exclusivamente a los materiales, sino que aquí también se incluyen los salarios, impuestos, entre otros.
2. “Que sean cuantificables. La prioridad es que se conozca de manera precisa la cantidad del gasto que se invierte en relación de un satisfactor; es decir, que se pueda contar, medir, pesar, cuantificar, etc.” (pág. 18)
3. “Que sean representativos. Una erogación realizada con el fin de obtener o crear satisfactores puede ser de una cuantía mayor, menor o

> insignificante; la representatividad va en función del monto que exige esa erogación en específico en relación con el total de las erogaciones realizadas con el fin de tener el satisfactor completamente realizado; así esta cualidad será diferente en cada empresa, dependiendo de su actividad y ramo desarrollado.” (pág. 19)

En conclusión, Reveles (2019) da las siguientes definiciones acerca de lo que considera las principales clasificaciones de costos:

- Gastos directos. Son erogaciones que reúnen las tres cualidades (identificables, cuantificables y representativas) todo esto en la unidad de medida del satisfactor realizado. Una característica muy importante de los gastos directos es que estos exigen un control por parte de la empresa que los eroga, lo cual implica que se desarrollan las medidas de control que las circunstancias y sus condiciones permitan en cada una de ellas.
- Gastos indirectos. Son erogaciones que, al no reunir al menos una de las cualidades anteriores, deben ser consideradas como tales. Su característica es que se dejan “libres” de control pues, en la mayoría de los casos, resultaría más caro, establecer medidas para controlar los gastos indirectos, que permitir el uso de los mismos, dejando al alcance de los empleados, la posibilidad de sustraerlos para uso personal.

De acuerdo con el volumen de producción:

- Gastos fijos. Los volúmenes de producción no los afectan para aumentar o disminuir su producción; permanecen constantes en su magnitud. Son gastos que no sufren modificación alguna; por ejemplo, el arrendamiento, las depreciaciones, cuando se decide utilizar.
- Gastos variables. Gastos cuya magnitud es cambiante en relación directa con el volumen de producción. En este concepto intervienen innumerables gastos que podemos mencionar. El caso más representativo es el de la energía eléctrica, debido a su naturaleza de producción, pues no es lo mismo, considerar dicho gastar una industria textil que en un restaurante, este último establecimiento, seguramente forma parte de los fijos.

Optimización de costos.

La correcta interpretación y aplicación de un sistema de costos, tiene como consecuencia la optimización de los mismos. Como consecuencia se obtienen extraordinarios beneficios para la Pyme.

Entre los beneficios principales obtenidos se encuentran:

- Incremento de la calidad,
- Reducción de precios,
- Mejora en el posicionamiento,
- Incremento de la utilidad.

La reducción de los costos se plantea como una estrategia para alcanzar la competitividad (Porter, 1998).

Dada la importancia que tiene la interpretación de los costos para la obtención de eficiencia en las organizaciones, se plantean distintas estrategias para llegar a los objetivos, entre ellas encontramos la siguiente:

> "La reducción de costos como estrategia se aborda desde algunas disciplinas, las cuales desde distintos enfoques, toman la minimización de costos como una solución a situaciones problema como la mejor opción dentro de una compañía, aspecto que no es cierto ni inescrutable como lo plantean algunos autores, los cuales se analizarán a continuación: bajo la perspectiva de la economía, la producción, finanzas, administración y contabilidad, con el fin de establecer la posición tradicional de autores respecto al tema de reducción de costos. En la tabla 1 se muestran cinco áreas de gestión que abarcan la minimización de costos como una estrategia o alternativa de solución a las situaciones de problema u objetivos dentro de cada una de estas." (Parras et. al, 2017, pág. 2)

Cinco áreas de gestión para optimización racional de costos.

Administración	Producción	Finanzas	Economía	Contabilidad
Estrategia de Liderazgo total en costos, orienta las políticas dentro de la organización hacia minimización de costos (Porter, 1998). Programación lineal como técnica matemática que determina una solución al problema con restricciones y soluciones finitas, con el fin de maximizar ganancias y minimizar costos (Taha, 2004).	Objetivo Básico de Producción -OBP - busca producir cantidades óptimas de máxima calidad, en el momento oportuno enmarcado en la minimización de costos (García, 1999) *Lean Manufacturing* es un sistema de gestión enfocado en eliminar todo desperdicio en el proceso de producción con el objetivo de minimizar costos (González, 2007). La planeación de la producción se enfoca en las decisiones tomadas en el proceso de producción, para producir al mínimo costo (Buffa & Taubert, 1975).	Jaramillo, (2001) define el OBF: "Sobrevivir, evitar problemas financieros y la quiebra, derrotar la competencia, maximizar las ventas y la participación en el mercado, minimizar costos, maximizar utilidades, mantener un crecimiento sostenido de utilidades, entre otras"	La Microeconomía plantea que todas las empresas fijan un nivel de producción en el cual determinan la combinación de factores (trabajo y capital) que minimice el costo total con el objetivo de maximizar beneficios. (Pindyck & Rubinfeld, 2009)	Modelos enmarcados dentro de distintos sistemas de costos, como: costeo por objetivo; ciclo de vida del producto (Morillo, 2001); costeo basado en actividades ABC (Cuevas y otros, 2004)

Activar W
Ve a Confi

Fuente: Cuartas Parra, Valencia y Rojas (2017)

MARCO METODOLÓGICO

Acciones a realizar

En primera instancia comenzaremos el proyecto recolectando información de los costos actuales del emprendimiento. Se realizará una entrevista presencial detallada para conocer cuál es el procedimiento que se utiliza para la toma de decisiones tanto la compra de materias primas, como en la mano de obra, la decisión de precios, entre otros tópicos.

Sera una etapa fundamental ya que será la base para la toma de decisiones sobre cuál será el sistema de costos propuesto para la optimización de costos de “Benburg”. Esta acción está programada para realizar durante el mes de abril, aunque la actualización de datos será recurrente durante el desarrollo total del proyecto.

Para obtener una visión completa, clara y detallada se utilizará el método de revisión documental. La información brindada por los responsables de la empresa fue la lista de costos de la materia prima, los presupuestos de distintos proveedores con sus respectivas formas de pago, los costos fijos incluyendo luz, agua, alquiler, teléfono, servicio de internet, salarios.

Además, se tomó información sobre los precios de los competidores, y características principales pertinentes para lograr una ventaja competitiva.

Como segunda acción se destaca la identificación y planteamiento del problema. Luego de una evaluación de la información recolectada se estructuro la información y se identificó que el inconveniente principal a resolver es la falta de utilización de un sistema de costos estructurado y abarcativo, ya que los dueños al tener desconocimiento de la materia no tenían en cuenta muchos datos relevantes. Esta etapa se desarrollará durante el mes de abril.

Junto con estas dos acciones, en el mes de abril se justificará el abordaje y se describirá a los destinatarios de la intervención. Etapa fundamental para

conocer cada detalle de la pequeña empresa y tomar conocimiento de los recursos con los que contamos para el desarrollo de la propuesta.

Durante el mes de mayo nos centraremos en definir los objetivos y metas y, definir un cronograma de trabajo para desarrollar el proyecto de manera organizada y enfocada. En esta instancia se tendrán en cuenta todas las acciones a realizar y el tiempo que se le destinará a cada una.

Luego, en junio se explicitarán las estrategias y recursos a implementar, donde se acudirá a la teoría para comprender cuales son las ventajas de cada sistema de costos que se podría utilizar. Se seleccionará el sistema de costos que se considere más apropiado a la empresa y se hará la implementación del mismo.

Para finalizar, se considerarán los factores eventuales externos que pudiesen incidir en los resultados y se ponderará el impacto de la intervención propuesta. De ser necesarios, se harán ajustes y se responderán todas las inquietudes de los dueños de “Benburg” con respecto al nuevo sistema de costos implementado para que se pueda desarrollar con total comprensión y compromiso para que el mismo deseche excelentes resultados tanto a corto como a largo plazo. Estas últimas acciones tendrán lugar en el mes de Julio y principios de agosto.

Cronograma de acciones

Acciones	Meses				
	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto
Realizar el diagnóstico previo.	X				
Identificar y plantear el problema.	X				
Justificar su abordaje.	X				
Describir los destinatarios.	X				
Definir los objetivos y metas.		X			
Explicitar de las estrategias y recursos a implementar.			X		
Definir un cronograma de trabajo.		X			
Considerar los factores eventuales externos que pudiesen incidir en los resultados.				X	
Ponderar el impacto de la intervención.					X

Determinación de recursos necesarios (Materiales y humanos)

El presente trabajo de intervención requiere la utilización de recursos tanto materiales como humanos para llevar a cabo el desarrollo del proyecto.

Por un lado, los recursos materiales a utilizar son la documentación contable y financiera de la pequeña empresa, tanto la documentación principal como también todos los anexos y notas disponibles.

Dentro de los documentos principales a utilizar como recurso material se encuentra la lista de productos y la lista precios de venta de los productos, la cuales nos ayudaran a conocer la toda la línea de productos y en el desarrollo del posicionamiento frente a la competencia en relación al precio.

Por otro lado, la lista de costos de los productos terminados, conformada por todos los costos que compete a cada producto en detalle y también las listas de precios que ofrecen distintos proveedores con referencias a descuentos por pronto pago o cantidad. Estos documentos serán fundamentales para comparar precios de adquisición de la mercadería para así poder alcanzar la optimización de los costos.

Otra herramienta material a utilizar la herramienta tecnológica. Se utilizará el programa Excel para analizar los costos de manera abarcativa y comparativa. Se desarrollará un papel de trabajo apropiado para ordenar la información obtenida de la empresa y se realizarán gráficos representativos para poder facilitar la comprensión del tema a los dueños de la empresa.

Por último, pero no menos importante otro material indispensable es la bibliografía y literatura que se utilizarán para la justificación de las teorías de costos elegidas para ser desarrolladas en la empresa. Justificarán el sistema de costos a utilizar y proporcionarán el conocimiento necesario para llegar a la mejor optimización de los costos posibles.

En cuanto a los recursos humanos, es indispensable la cooperación de los dos socios de la empresa y también del encargado del local ya que son quienes proporcionarán la información del manejo actual de la Pyme la cual se usará de base para, a partir de allí, desarrollar la elección del sistema de costos a emplear.

El resultado de la intervención traerá impactos positivos para los distintos rangos de la pequeña empresa. La optimización de los costos afecta a los socios, mejorando la

rentabilidad de la empresa, haciendo crecer la cartera de clientes como consecuencia de los precios más competitivos. Pero también afecta a los rangos inferiores ya que esta optimización implicara una mejor organización en los procedimientos y en los roles de trabajo diario de los colaboradores.

Procedimiento para garantizar los aspectos éticos de la investigación.

El presente trabajo consta de un consentimiento informado por la utilización de datos e información de las gestiones administrativas y operativas de “Benburg” para el análisis y optimización de costos. En todos los casos se protegerá la confidencialidad de los datos recolectados y se resguardará la privacidad de las personas.

Factores externos condicionantes para el logro de los resultados.

Es indispensable para el desarrollo y crecimiento de la empresa poder detectar cuales son los factores externos condicionantes que pueden afectar la eficiencia de las labores diarias y el rendimiento de la misma. El no detectarlos a tiempo impide poder actuar de forma proactiva y así impedir que afecten al cumplimiento de los objetivos.

Es importante para esta intervención entender que “Benburg” se enfrenta a factores endógenos y factores exógenos.

Los factores endógenos son aquellos que son propios de la empresa, es decir, problemáticas que se originan de manera interna y que pueden influir en el funcionamiento de la empresa. Entre los más importantes se encuentran los que se detallarán a continuación:

- Capacidad de producción: depende directamente de la capacidad que tiene la empresa de administrar sus recursos disponibles para poder llegar al máximo posible de producción en un periodo determinado de tiempo.

  Este factor depende de variables internas entre las que se encuentran la cantidad de empleados y los recursos de producción disponibles para

poder cubrir la demanda. Es fundamental para optimizar los recursos, tomar decisiones y analizar la competitividad.

- Estructura de costos: hace referencia a la forma en que la empresa organiza y clasifica sus gastos para llevar a cabo sus operaciones diarias. Incluye tanto los gastos fijos como los variables, los directos e indirectos. Es fundamental para poder desarrollar la empresa de manera eficiente y ordenada. Además, tiene un rol fundamental en distintos objetivos de la Pyme, entre los cuales se destaca tener precios competitivos.
- Liquidez: es la capacidad que tiene la empresa de convertir activo en efectivo en el corto plazo sin que su valor se vea afectado. Este factor está relacionado directamente con los activos corrientes y tiene que ver tanto con la disponibilidad de recursos para hacer frente a las obligaciones como así también con poseer estabilidad financiera.

  Estas características hacen que la empresa sea menos vulnerable a la hora de enfrentarse con las crisis económicas. La liquidez, además, está directamente relacionada a las optimizaciones de los costos ya que tener la capacidad de pago frente a los proveedores le permite a la empresa acceder a descuentos por pronto pago, o a evitar grandes intereses por demora en estos.

  Es fundamental que la empresa tenga buena liquidez ya que es un buen indicio de que es sostenible, de que tiene posibilidades de acceder a oportunidades de inversión y negociación y amplia la poca probabilidad de caer en insolvencia.

En cuanto a los factores exógenos son elementos o circunstancias ajenas a la empresa que pueden afectar directamente su funcionamiento. Estos factores no son manejables por la Pyme, es por esta razón que estos factores se presentan como amenazas, son totalmente condicionantes y son reflejo de riesgo.

Si bien la empresa no puede controlar los factores exógenos, puede tomar decisiones para poder enfrentarlos de la mejor manera posible o, mejor aún, tomar decisiones para evitar que estos la afecten y al contrario, generen por ejemplo una oportunidad de negocio dentro de su mercado.

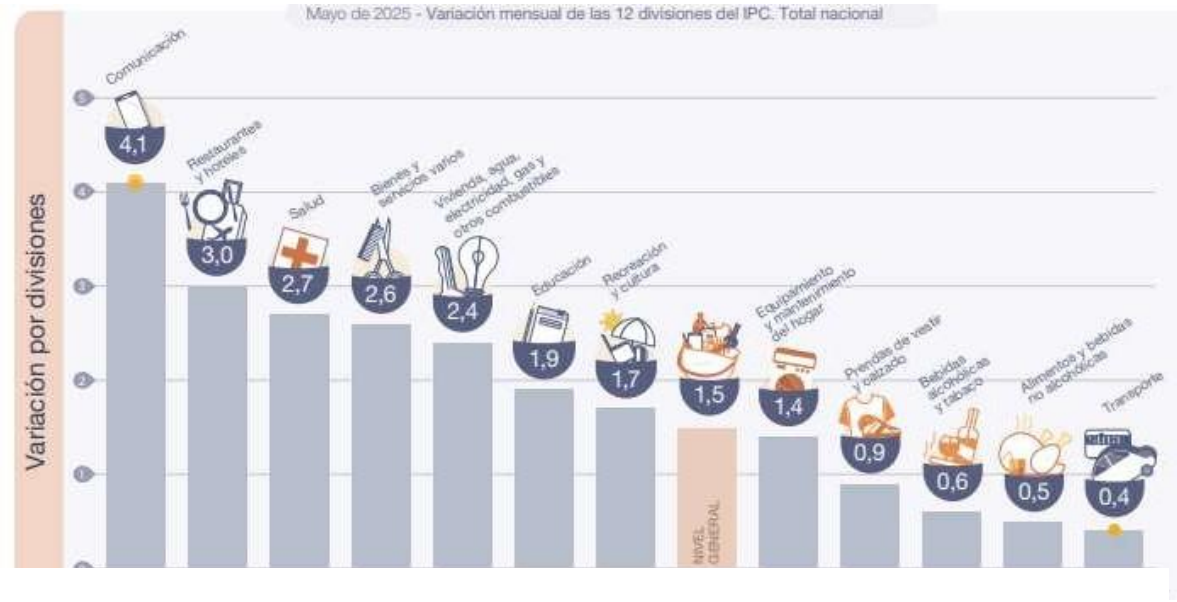
Entre este tipo de factores destacaremos los siguientes:

- Inflación: es definida como un aumento generalizado de precios. Por un lado, cuanto mayor sea el aumento de precios los consumidores pueden adquirir menor cantidad de bienes, lo que lleva a una disminución en las ventas. Y por otro, el aumento de los costos de los productos trae como consecuencia un aumento de precios que tiene una relación directa con la demanda de los productos.

  "Benburg" es una empresa ubicada en la Argentina, donde la inflación es un fenómeno recurrente y complejo.

  Los últimos datos sobre IPC [2] que brindo INDEC[3] sobre la inflación acumulada durante los primeros meses del año 2025 indica que hay una variación acumulada nacional del 13.3%, de los cuales un 3% corresponde a restaurantes. A pesar de que el porcentaje es optimista en relación a años anteriores hay que tener en cuenta que la disminución de este número es un reflejo de la baja de consumo.

Variación mensual de las 12 divisiones del IPC. Total nacional



Fuente: INDEC (2025)

[2] Índice de precios al consumidor (IPC)
[3] Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC)

- Demanda/ deseos del consumidor: las tendencias sociales, los cambios en los hábitos de consumo y las preferencias de los clientes son factores exógenos que pueden influir en la demanda de los productos.

  La demanda se relaciona con la cantidad de productos que los consumidores desean y pueden adquirir a distintos precios. La ley de demanda establece que hay una relación directa entre el precio y la cantidad demandada, donde a mayor precio menor es la demanda y viceversa. Es muy importante determinar con detalle el tipo de demanda por el que transita la empresa.

  Podemos en algunos momentos encontrarnos con una demanda inelástica, especialmente cuando los consumidores pueden no reducir significativamente su consumo incluso si el precio sube. Sin embargo, en otros contextos, la demanda puede ser más elástica, especialmente si se considera la variedad de opciones disponibles en el mercado de hamburguesas y la disponibilidad de sustituto.

  Por este motivo, “Benburg” al optimizar sus precios y obtener una ventaja competitiva debería aumentar su demanda según la Ley de la Demanda. Es importante también que la empresa tenga una cartera de productos que se adapte a los deseos cambiantes de los consumidores, teniendo en cuenta modas y tendencias que van surgiendo para no quedar fuera del mercado.

EVALUACIÓN DEL PROYECTO

Dentro del desarrollo del proyecto se identificaron siete acciones a realizar, sugerencia del Instructivo de Trabajos Finales de Carreras de Grado de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Abierta Interamericana (2025).

Estas acciones fueron agrupadas en 4 etapas teniendo en cuenta el cronograma de acciones a realizar detallado anteriormente y el desarrollo que cada una de ellas implica. Las etapas se detallan a continuación:

- ❖ Etapa 1: Mes de Abril

a) Realizar el diagnóstico previo
b) Identificar y plantear el problema
c) Justificar su abordaje

- ❖ Etapa 2: Mes de Abril y mayo

a) Describir los destinatarios
b) Definir los objetivos y metas
c) Definir un cronograma de trabajo

- ❖ Etapa 3: Mes de Junio y Julio

a) Explicitar las estrategias y recursos a implementar
b) Considerar los factores eventuales externos que pueden incidir en los resultados

- ❖ Etapa 4: Mes de Julio y agosto

a) Ponderar el impacto de la intervención

Teniendo en cuenta que las etapas 1, 2 y 3 se desarrollaron en los apartados anteriores a continuación se procederá con el desarrollo de la última etapa, la cuarta.

Etapa 4

a) Ponderar el impacto de la intervención.

Para el desarrollo de esta última etapa se procederá a segmentar la intervención en las que se consideran cinco acciones fundamentales.

En primer lugar, la recolección de información de la empresa “Benburg”. En segundo lugar, el análisis y evaluación de la información. Seguiremos luego, en tercer lugar, con la selección de herramientas de costos, y consecuentemente en el diseño del sistema de costos más apropiados para la empresa a intervenir. Por último, como quinta acción, se presentará el sistema de costos a la empresa “Benburg” y se evacuarán todas las dudas que surjan a partir de la implementación del mismo.

- **Recolección de información de la empresa “Benburg”**

Para comenzar con este trabajo se realizó un diagnóstico consecuente de una primera entrevista con los dueños de la pequeña empresa “Benburg”. Esta entrevista permitió recolectar datos sobre distintos aspectos de la empresa.

En primer lugar, es fundamental poder comprender cuál es la estructura de costos de la empresa en la actualidad sin ningún tipo de aplicación de un sistema de costos. Para ello, esta entrevista fue realizada en primera instancia con la intención de ser el primer acercamiento a “Benburg”. La misma se centró en conocer en detalle el proceso de producción, las materias primas y acciones que se necesitan para llegar al producto final. Además, entender cuáles son las características en las que se centran para tomar las decisiones de la elección de los proveedores, y su visión sobre las fortalezas y debilidades que poseen al momento.

Para ello además de la entrevista se solicitó a la empresa “Benburg” toda la documentación disponible que pudiera ayudar a la comprensión de procesos y toma de decisiones, tanto del mes de abril como de los anteriores para comprender el comportamiento de aumento de costos de producción en este rubro.

Teniendo en cuenta que estamos frente a una empresa que no tiene requerimientos formales como una sociedad comercial, la misma no cuenta con registros contables ya que no está obligada a mantener los libros contables rubricados.

Dentro de la información que los socios proporcionaron se encuentran:

- Lista de precios de costos de los distintos proveedores que tienen en cuenta: permite hacer una comparación entre los precios que los distintos proveedores ofrecen y seleccionar los más convenientes teniendo en cuenta continuar con la calidad del producto final que es una de las características más importantes que diferencia a “Benburg” de sus competidores. Además, se podrán contemplar las variaciones de precios a lo largo del mes.
- Lista de los costos de los servicios a los que acceden: es fundamental para aplicar un sistema de costos que el mismo sea integral, teniendo en cuenta los costos directos pero también indirectos. Esta lista incluye el precio de todos los servicios, luz, agua, servicio de internet pero también otros costos como ser el precio del alquiler que muchas veces no es tomado en cuenta por las pequeñas empresas a la hora de tomar la decisión de construir el costo de sus productos. Además, esta información incluirá los impuestos y tasas municipales.
- Lista de los empleados del lugar: el listado incluirá todos los datos de los colaboradores incluyendo sus respectivos horarios laborales, tareas asignadas y salarios aproximados. La relevancia de esta información se centra en comprender la capacidad de producción y si es necesario hacer algún ajuste en el proceso productivo.
- Detalle de ventas del mes de Abril: entender como es el comportamiento del mercado en cuanto a la carta de productos ofrecida y si hay variabilidad en las ventas en los distintos momentos del mes.
- Detalle de líneas de productos: Incluye una descripción de cada producto que “Benburg” comercializa, tanto los clásicos que son fijos en la carta como así también los productos especiales que ofrecen de forma temporal, generalmente únicamente durante un mes. Este listado también incluye los precios de ventas y variaciones que sufrieron los mismos dentro del periodo a analizar.

Otra acción importante realizada en esta etapa fue recolectar información sobre los productos ofrecidos por los competidores directos, con sus respectivos precios. Esta información es fundamental para comprobar si hay concordancia

entre como los dueños de la pequeña empresa creen que se encuentran frente a sus competidores y como es en realidad esta relación.

Para llevar a cabo este trabajo se decidió intervenir mediante la selección de los dos productos principales, para luego llevar el modelo diseñado a la totalidad de los productos. Por lo tanto, se seleccionaron los dos productos más vendidos por la Pyme: “Cheese Doble” y “Cheese Simple” (anexo 1: Ranking de productos más vendidos durante el mes de abril). La empresa informo que estos son los dos productos más vendidos del momento y además pudo verificarse al contemplar las ventas del mes de abril que la demanda de estas dos hamburguesas es superior al resto.

El objetivo principal de esta etapa fue llevar a cabo una recolección exhaustiva y sistemática de toda la información relevante necesaria para realizar un análisis profundo de la empresa a intervenir. Esta etapa resulta fundamental, ya que nos permite contar con una visión clara, precisa y detallada de la situación actual de “Benburg”, especialmente en lo que respecta a los costos. A partir de esta información, es posible identificar con mayor exactitud aquellos aspectos que requieren ser optimizados, ya sea para reducir gastos innecesarios o mejorar la eficiencia operativa. Establecer una base de datos sólida y confiable en esta fase resulta fundamental ya que se utilizará como base para realizar el análisis de la empresa y a partir de allí poder desarrollar las etapas siguientes del proyecto, asegurando así una toma de decisiones más informada, eficaz y precisa.

- **Análisis y evaluación de la información**

Esta segunda acción surge como resultado de la estructuración de la información recolectada en la primera instancia. Como resultado se identificó que la problemática principal dentro de la empresa es la falta de gestión en un sistema de costos integral apropiado para lograr un óptimo funcionamiento de la empresa y para poder tener la información ordenada de forma tal que sirva para la toma de decisiones.

Dentro de esta problemática principal se desencadenan otros problemas entre los que se destacan la fijación de precios. Teniendo en cuenta que la empresa no toma como costos que deben verse reflejados en el costo de los productos

finales los costos por ejemplo de alquiler, de servicio de internet entre otros. No tienen las herramientas para poder incluirlos, lo que hace que estén tomando decisiones que no son del todo correctas con respecto a este tópico.

Por lo tanto, teniendo en cuenta que muchos autores como Calderón y Castaño (2005) o el Consejo Profesional de Ciencias Económicas de San Nicolás (2009) coinciden en que la falencia principal que lleva a la insolvencia en las empresas con las características que tiene “Benburg” como estar en pleno desarrollo, es la falta de un sistema de costos, el objetivo de la intervención es una optimización de costos para lograr una ventaja competitiva.

Dentro del análisis de la información recolectada se identifica que la empresa necesita organizar la información y utilizar un sistema de gestión de costos para alcanzar una solidez suficiente para poder lograr la ventaja competitiva que se busca respecto a la optimización de precios sin perder de vista la calidad de los productos ofrecidos.

Como se mencionó anteriormente inicialmente el análisis se centrará en los dos productos más vendidos de la empresa.

Desglose de costo de hamburguesa “Cheese Doble”

El cuadro a continuación detalla el costo del producto tal como es calculado actualmente por los dueños de la pequeña empresa. En el mismo se detalla el costo de materia prima de producción, junto con el costo de packaging de los productos.

Se puede observar en el cuadro que detallan dentro de un mismo tipo de hamburguesa tres variedades distintas, Cheese Simple, Cheese Doble y Cheese Triple. La variación se da únicamente en la cantidad de medallones de carne que posee cada una y en la cantidad del queso cheddar. El resto de los componentes mantiene su cantidad en las tres variedades, por lo tanto, mantiene también el mismo costo.

Costo de hamburguesa “Cheese” mes de abril

CHEESE			SIMPLE	DOBLE	TRIPLE
	ING	PAN	250	250	250
		MEDALLON	950	1900	2850
		CHEDDAR	411	548	685
		PAPAS	800	800	800
		ALUMINIO	60	60	60
		BOLSA P	9.5	9.5	9.5
		SERVI	27	27	27
		SAL	28	28	28
		BOLSA D	60	60	60
		TOTAL	$ 2,596	$ 3,683	$ 4,770

Fuente: Anexo 2: costo de hamburguesas mes de abril, elaboración de la empresa (2025)

Por otra parte, calculan el margen de ganancia por producto teniendo en cuenta los costos detallados en el cuadro anterior y el precio de la competencia. A partir de allí hacen el cálculo del porcentaje que representa las ganancias entre el precio que consideran de costo y el precio establecido de venta.

Determinación de precios de venta

CHEESE		SIMPLE	DOBLE	TRIPLE
	COSTO	$ 2,595.50	$ 3,682.50	$ 4,769.50
	GANANCIA	$ 6,132.00	$ 6,222.00	$ 7,510.00
	PRECIO PUBLICO	$ 8,500.00	$ 9,500.00	$ 11,700.00
	MARGEN %	72.00%		

Fuente: Anexo 3: Utilidad por producto, elaboración de la empresa (2025)

Se puede observar que los únicos costos que tienen en cuenta a la hora de determinar los precios son los costos variables. Si bien detallan los costos fijos en otro cuadro, los mismos no son tenidos en cuenta a la hora de tomar la decisión de establecer los precios finales.

Detalle de costos fijos mes de abril

COSTOS FIJOS ABRIL		
SUELDOS MENSUALES	2,410,000.00	
SUELDOS DIARIOS	12,000.00	POR DELIVERY
ALQUILER	600,000.00	
SERVICIOS	907,000.00	
VIATICOS	800,000.00	
COMUNITY MANAGER	160,000.00	
TOTAL	4,889,000.00	

Fuente: Anexo 4: COSTOS FIJOS ABRIL, elaboración de la empresa (2025)

Dentro de los costos fijos se detallan los sueldos mensuales que incluyen a tres colaboradores: encargado, jefe de cocina y ayudante de cocina.

Detalle de sueldos mensuales

ENCARGADO	cajero	$ 850,000
JEFE DE COCINA	planchero	$ 780,000
AYUDANTE DE COCINA	papero	$ 780,000

Fuente: Anexo 5: SALARIOS MENSUALES ABRIL elaboración de la empresa (2025)

En lo que respecta a sueldos diarios son los salarios de las personas que hacen la entrega de los productos a domicilio, los deliverys. Este importe en su totalidad es variable ya que los días viernes, sábados y domingos cuentan con seis deliverys mientras que el resto de los días cuentan con cuatro.

El ítem servicio es abarcativo del servicio de luz, gas, agua y servicio de internet.

Los viáticos están conformados por el costo de alimentos que les brindan a los empleados de forma diaria.

El costo de Comunity manager hace referencia a un servicio de terceros que brinda asesoramiento y manejo en todo lo que respecta a redes sociales. Se

incluye el manejo de Instagram, donde se suben fotos al feed y también a historias, además el diseño de flyers y documentación fotográfica de todos los eventos especiales que se desempeñan en el local comercial.

Selección de las herramientas de costos

El objetivo de esta etapa se centra en evaluar distintos sistemas de costos y determinar cuál es el más apropiado para esta empresa intervenida teniendo en cuenta los recursos con los que cuenta para poder implementarlo.

Hay que tener en cuenta que es una empresa que produce sus productos, adquiere materia prima y la transforma para conseguir el producto terminado.

Los costos que se considerarán para el nuevo sistema de costos incluyen los costos fijos y los costos variables, abarcando todos los costos que deben incluirse y que no se toman en consideración por los socios en la clasificación de los costos de los productos finales.

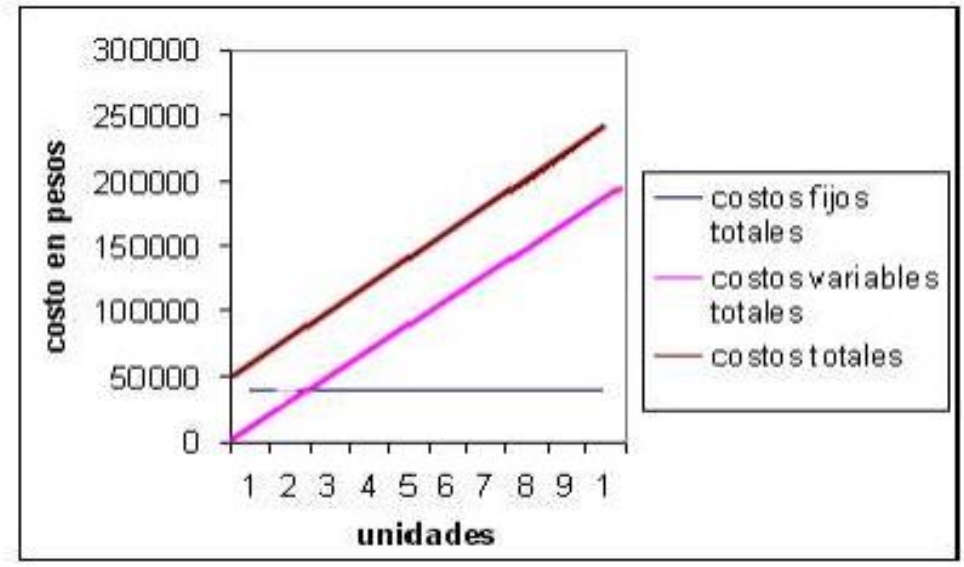
Según Raimondo Jorge (2023) la clasificación de costos se define y clasifica de la siguiente manera:

> Clasificar los costos significa agruparlos sistemáticamente. Para ello la contabilidad de costos se ocupa de la clasificación, acumulación, control y asignación de costos. Se clasifican los costos de acuerdo a patrones de comportamiento, actividades y procesos. Los costos pueden acumularse por cuentas, trabajos, procesos, productos o segmentos del negocio. Los costos son la resultante de la integración de sus tres elementos:
>
> - Materiales: Insumo físico aplicado a la producción de un bien o servicio, pudiendo conservar o no, sus propiedades originales,
> - Mano de Obra: Esfuerzo humano destinado a la producción de un bien o servicio,
> - Costos Indirectos de Fabricación: Otras partidas o insumos que, además de los indicados, demanda la producción de un bien o servicio. (Pág. 10)

Es fundamental para poder llegar a la optimización de costos entender cuál es el comportamiento de los costos fijos y variables según las unidades producidas.

Por un lado, los costos fijos totales son constantes independientemente de las unidades producidas, mientras que los costos variables totales tienen un comportamiento creciente en relación a la cantidad de productos vendidos. Por esta razón la suma entre los costos fijos totales y los costos variables totales nos da como resultado los costos totales, con un comportamiento creciente.

Comportamiento de costos

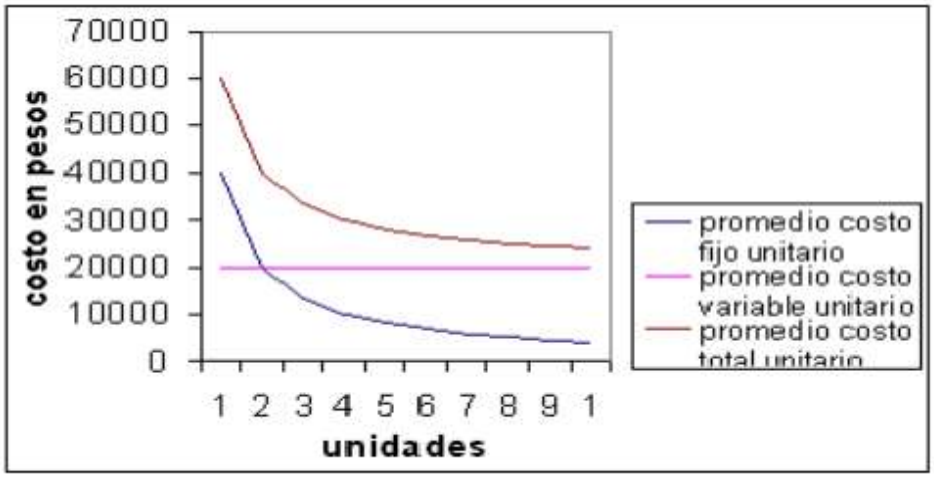


Fuente: Raimondo (2023)

A diferencia de los costos totales, si nos enfocamos en los costos promedio podemos observar que los comportamientos de estos son diferentes.

Por un lado, los costos variables son constantes, representando que siempre son los mismos costos variables por unidad producida. Y, en este caso los costos totales tienen un comportamiento decreciente, esto se justifica en que cuantas más unidades se producen, más bajo es el promedio de costo fijo repartido entre estas unidades. Como resultado tenemos costos promedios totales decrecientes cuanto mayor sea la producción.

Comportamiento de costos



Fuente: Raimondo (2023)

Al tener en claro el comportamiento de los costos en relación a la producción, a continuación se desarrollarán los modelos de gestión de sistemas de costos que pueden llegar a ser opciones de aplicación para la hamburguesería “Benburg”.

Costeo por órdenes de producción.

Este sistema de costos no se considerará teniendo en cuenta que los productos vendidos por “Benburg” son estandarizados y se generan en volúmenes no tan chicos. Si bien permitiría conocer el costo exacto de cada hamburguesa es preferible utilizarlo para una producción más artesanal, personalizada y de poco volumen.

Cardenas y Guarnizo (2020) definen esta teoría de la siguiente manera:

> También conocido como costeo por órdenes de trabajo, los costos por órdenes de producción constituyen un esquema de costeo que permite identificar el costo de un trabajo específico; utiliza diferentes cantidades de recursos (materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación) y su producto o servicio se elabora o presta en cantidades muy pequeñas, al punto que, en muchos casos, es una sola unidad (Horngren, Datar y Foster, 2007).

> En el sistema de costeo por órdenes de producción el objeto de costos es cada uno de los trabajos realizados, los cuales generalmente se terminan. Por esta razón, con frecuencia, y especialmente en el caso de los servicios, las empresas que utilizan este sistema carecen de inventarios de productos en proceso. Bajo este sistema el costo de la orden de producción está dado por la suma del costo de la materia prima directa, la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación. Asimismo, al dividir este costo entre las unidades fabricadas, es posible determinar el costo unitario de cada unidad producida. (Pág. 33)

Costeo estándar

Este método es el más compatible con el tipo de producción de la empresa que se interviene. Mediante esta teoría se calculan los costos esperados por unidad. Es de gran utilidad ya que toma en cuenta mermas, desperdicios y eficiencia del personal. Para establecer los precios se realizan promedios consistentes basados en bases de datos ciertas.

En cuanto a esta teoría Cardenas y Guarnizo (2020) se refiere al costo estándar de la siguiente manera:

> En el marco de la determinación de costos predeterminados, los estándares se han diseñado como una medida para evaluar el desempeño, ya que permiten hacer comparaciones frente al costo real incurrido en la prestación de servicios o en la fabricación de un producto; por esta razón, es eminentemente un mecanismo de control para la gerencia.
>
> Los costos estándar pueden verse como “los costos presupuestados para fabricar una sola unidad de producto o para desempeñar un solo servicio” (Barfield et al., 2005, p. 382), debido a la importancia que se da a la minimización de los costos unitarios. Dependiendo de la actividad operacional de la organización, se identifican tipos, cantidades y precios de materiales, mano de obra y costos indirectos de fabricación.

> Cuando se establecen estándares de precio y cantidad, es importante que se haga obedeciendo, además de criterios de costos, a criterios de calidad. En este sentido, se requiere contar con el trabajo de personal de las distintas áreas y profesionales que intervengan en la producción del artículo o en la prestación del servicio. (Pág. 20)

Este sistema de costeo tiene los siguientes objetivos:

a. Información amplia oportuna

b. Control de operaciones y gastos

c. Determinación confiable del costo unitario

I. Fijar el precio de venta.

d. Unificación o estandarización de la producción, procedimientos y métodos.

e. Análisis de las desviaciones, comparando producción estándar con producción real.

Se destaca que el costo estándar tiene su base en proyectar el costo unitario estándar para luego compararlo con el real y así detectar desperdicios.

Es importante para poder llevar a cabo este proyecto seguir una serie de pasos básicos los cuales se deben realizar con total responsabilidad y precisión ya que de ellos depende la eficiencia del resultado del proyecto.

Los pasos se detallan a continuación:

1. Calculo la materia prima utilizada por cada unidad producida: costo de ingredientes por unidad de producto. Se destacan dos aspectos fundamentales: cantidad y precio.
2. Determinación de mano de obra directa y tiempo de elaboración. Por lo general en las grandes empresas de producción masiva que utilizan este sistema de costos realizan un estudio para determinar las cantidades de tiempo necesarias para obtener cierto volumen de producción, logrando mayor rendimiento con el mínimo de esfuerzo y costo. Adaptándolo a “Benburg” será de suma importancia determinar el tiempo que tarda la elaboración de una hamburguesa.

3. Por último, Costo Indirecto Estándar. Raimondo (2023) describe esta etapa de la siguiente manera: “Se presupuesta el volumen de producción de acuerdo a los estudios sobre la capacidad productiva de la empresa, tomando en cuenta el presupuesto de Ventas se determinan los gastos indirectos, utilizando las estadísticas de periodos anteriores.” (pág. 93)

Diseño del sistema de costos

En esta etapa se procederá a diseñar un sistema de costos basado en el costeo estándar. Con este diseño se busca que se pueda adaptar a la empresa intervenida cuya actividad principal es la producción y venta de comida rápida, más específicamente hamburguesas.

Siguiendo con la teoría de costo estándar redactada anteriormente es fundamental comenzar identificando y agrupando los costos de la empresa ya que esta clasificación servirá de base para la estructura de costos.

Según su naturaleza los costos se dividen en fijos y variables:

COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
MANO DE OBRA: SALARIOS	MATERIA PRIMA DIRECTA
ALQUILER	PACKAGING
SERVICIOS BASICOS: LUZ, GAS, AGUA	VIATICOS

Fuente: Anexo 6: *Clasificación de costos.* (ELABORACION PROPIA)

Otra clasificación importante a realizar es la de la identificación de los costos directos y los costos indirectos de fabricación:

COSTOS DIRECTOS	COSTOS INDIRECTOS
MANO DE OBRA DIRECTA: SALARIOS PRODUCCION	SERVICIOS BASICOS: LUZ, GAS, AGUA
MATERIA PRIMA DIRECTA	IMPUESTOS
PACKAGING	VIATICOS

Anexo 7: *Clasificación de costos.* (ELABORACIÒN PROPIA)

Una vez definidos los costos fijos, variables, directos e indirectos de la pequeña empresa, procederemos al armado del diseño considerado el más apropiado y conveniente. Se realizará un cuadro de producción propia basado en el proceso del costeo estándar. El mismo será desarrollado con los dos productos más vendidos de la empresa.

Previamente al desarrollo del cuadro de costos de producción, se detallarán en un cuadro resumen los costos y las estrategias de optimización a aplicar. Este cuadro se desarrollará teniendo en cuenta que en la forma actual de cálculo de costos de la empresa no se están teniendo en cuenta los costos de mano de obra, los cuales son esenciales dentro de este cálculo.

	Detalle de costo	Estrategia de optimización
Materia Prima	Costo de adquisición de la materia prima	Considerar otros proveedores para acceder a los mejores precios posibles
Mano de obra	Costo de conversión de la materia prima en el producto terminado	Primeramente, considerar este costo a la hora de calcular el costo final del producto. Luego implementar una fórmula para calcular el costo de mano de obra por cada unidad producida.
Servicios	Servicios básicos indispensables para llevar	

	a cabo la actividad	
Impuestos	Se consideran tanto los impuestos municipales como los provinciales	Desarrollar una planificación fiscal para tener en claro cuál es el costo mensual de los impuestos
Proveedores	Compra de materia prima y otros materiales necesarios	Considerar proveedores que ofrezcan descuentos por pronto pago / seguir con el proveedor actual que ofrece pago a 15 días pero al momento de realizar el pedido semanal apartar el dinero e invertirlo para generar rendimientos hasta el día del pago.

Fuente: Anexo 8: *Resumen costos/ optimización*. (Elaboración propia)

Tal como se detalla en el cuadro anterior, en la búsqueda de optimizar los costos de “Benburg” para así lograr una ventaja competitiva nos centraremos en el costo de la materia prima y en incluir en los costos la mano de obra.

Va a ser fundamental que el sistema diseñado sea de fácil aplicación para que pueda ser implementado lo antes posible ya que es importante que empiecen a tomar en cuenta los costos totales de manera abarcativa y no se centren únicamente en la materia prima.

Para la inserción del costo de mano de obra directa se desarrollará una formula específica para calcular el costo por minuto para luego poder aplicarlo a cada producto terminado teniendo en cuenta que el tiempo de elaboración promedio de una hamburguesa actualmente es de siete minutos (información proporcionada por la empresa).

Formula desarrollada para “Benburg”:

> COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA POR PRODUCTO = (SUELDO MENSUAL/ DIAS TRABAJADOS/ CANTIDAD DE HORAS TRABAJADAS DIARIAS) * MINUTOS CONSUMIDOS EN PRODUCCIÒN POR UNIDAD.

Para seguir con el desarrollo de la aplicación del sistema de costos estándar adaptado de forma ordenada se procede a el diseño de un cuadro de medición de cada uno de los tres componentes bases de este modelo.

Los cuadros detallados a continuación son de producción propia con datos obtenidos de la recolección de información de la empresa “Benburg” proporcionados directamente por sus dueños.

- En primer lugar, calculo la materia prima utilizada por cada unidad producida: costo de ingredientes por unidad de producto tomando en cuenta el detalle informativo recibido de la empresa del mes de abril.

Producto: Cheese Doble				
Costos variables	**unidad de medida**	**precio por unidad**	**Cantidad**	**Costo Estandar**
Materia prima				
carne	kg	950	2	1900
pan	unidad	250	1	250
queso	fetas	137	4	548
papas fritas	kg	200	1	200
Total materiales directos				2898

Fuente: Anexo 9: *Costos materia prima Cheese Doble* (Elaboración propia)

Producto: Cheese Simple				
Costos variables	**unidad de medida**	**precio por unidad**	**Cantidad**	**Costo Estandar**
Materia prima				
carne	kg	950	1	950
pan	unidad	250	1	250
queso	fetas	137	2	274
papas fritas	kg	200	1	200
Total materiales directos				1674

Fuente: Anexo 10: *Costos materia prima Cheese Simple* (Elaboración propia)

- En segundo lugar: Mano de Obra directa.

Tiempo que tarda la elaboración de una hamburguesa: En este caso para ambos productos analizados es el mismo tiempo de elaboración. Los datos para los cálculos se toman del Anexo 5: Sueldos Abril.

Se utilizará la formula diseñada específicamente para este proyecto.

> COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA POR PRODUCTO = (SUELDO MENSUAL/ DIAS TRABAJADOS/ CANTIDAD DE HORAS TRABAJADAS DIARIAS) * MINUTOS CONSUMIDOS EN PRODUCCIÓN POR UNIDAD.

Tiempo estimado: 7 minutos

Sueldo por minuto: 2.410.000 por mes/ 24 días /4 horas: $25.10 por minuto

Mano de obra directa: $25.10 x 7 minutos: $175.7 por unidad producida

Obtuvimos un resultado de un costo de mano de obra directa de $175.7 por unidad producida. Dentro del sueldo mensual se incluyeron los sueldos de los 3 colaboradores de la empresa los cuales forman parte del proceso productivo. Si bien la empresa abre todos los días, se toman 24 días como referencia a que los colaboradores tienen días de descanso. Por otra parte, se toman 4 horas que son las horas diarias que el local permanece abierto en funcionamiento.

Una vez obtenido el valor de mano de obra directa por minuto se calcula por cada unidad producida, multiplicando este valor minuto por la cantidad de minutos que demoran en hacer un producto final.

- Por último, Costo Indirecto Estándar.

Costo mensual indirecto estimado: suma de todos los costos indirectos

Producción mensual: promedio de producción, se tomará en cuenta como referencia la información obtenida sobre la cantidad de hamburguesas vendidas durante el mes de abril.

Costo indirecto por unidad: se utilizará la siguiente fórmula:

COSTO MENSUAL INDIRECTO POR UNIDAD: COSTO MENSUAL INDIRECTO ESTIMADO/ PRODUCCIÒN MENSUAL.

COSTO INDIRECTO MENSUAL ESTIMADO	
SUELDOS DIARIOS	1,618,000.00
ALQUILER	600,000.00
SERVICIOS	907,000.00
VIATICOS	800,000.00
COMUNITY MANAGER	160,000.00
TOTAL	4,085,000.00

FUENTE: ANEXO 11 *COSTO INDIRECTO MENSUAL ESTIMADO* (ELABORACIÓN PROPIA)

En cuanto a la producción mensual según ANEXO 12: *UNIDADES VENDIDAS EN EL MES ABRIL POR DIA* (ELABORACIÒN PROPIA) durante el mes de abril se vendieron un total de 2400 unidades de productos terminados.

Luego de obtener los datos necesarios se procedió a la resolución del costo indirecto por unidad a través de la fórmula planteada.

Costo mensual indirecto estimado: $4.085.000

Cantidad de unidades vendidas: 2400 unidades

Costo mensual indirecto por unidad: 4.085.000/2400= $1702

Para finalizar con la estructura de costos desarrollada especialmente para “Benburg” con la base de la teoría de sistema de costos estándar se desarrolló un cuadro abarcativo de todos los costos que deben tomarse en cuenta para luego tomar la decisión de que porcentaje de utilidad se pretende obtener por cada unidad vendida y así llegar a un precio de venta final.

Es una herramienta que puede ser adaptada con facilidad por la empresa ya que es un cuadro realizado en el programa Microsoft Excel el cual es de uso común y de manejo básico. Además, no conlleva gastos adicionales por lo que cuentan con los recursos necesarios para poder implementarlo.

Se deberá realizar un cuadro por cada producto ofrecido. Dentro del cuadro se podrán observar tres secciones. En primer lugar, el detalle de la materia prima utilizada.

Dentro de esta sección se detalla cada una de las materias primas con su unidad de medición, el precio por unidad de medida, cuantas unidades se necesitan para realizar un producto y por último el costo estándar de cada ítem.

En segunda instancia se detalla el costo directo por unidad de mano de obra. La misma se calcula en unidad de medida minutos y se basa en la información obtenida de la fórmula de costo de mano de obra unitario desarrollado anteriormente.

En la última sección se hace una suma de los costos indirectos de fabricación y se calcula a partir de la cantidad de unidades producidas cual es el costo indirecto unitario.

Para finalizar el cuadro se suman los tres totales (materiales directos, mano de obra directa, costo indirecto) obteniendo como resultado el costo estándar por unidad.

Tanto este resultado como el desglose de los costos resultan fundamentales para la toma de decisiones de todo tipo. Por ejemplo, para la toma de decisiones de precios de venta o para ver que costo se puede ajustar para llegar a un mejor costo.

Es de suma importancia que el sistema de costos propuestos sea de fácil aplicación ya que son los dueños del local quienes van a aplicarlos y no cuentan con conocimientos de costos previos.

A continuación, se detalla el cuadro de costo estándar desarrollado y aplicado a los dos productos más vendidos en los cuales enfocamos el análisis: Cheese doble y Cheese simple. Estos cuadros además deberán ser implementados en el desarrollo en el resto de los productos para tener una visión completa del desempeño de la empresa.

Cuadro de costo unitario estándar para el producto Cheese Doble de la empresa “Benburg” de Florencio Varela:

Producto: Cheese Doble				
Costos variables	**unidad de medida**	**precio por unidad**	**Cantidad**	**Costo Estándar**
Materia prima				
Carne	kg	950	2	1900
Pan	unidad	250	1	250
queso	fetas	137	4	548
papas fritas	kg	200	1	200
Total materiales directos				**2898**
Mano de obra directa				
Mano de obra	minutos	25.1	7	175.7
total mano de obra directa				
total costo directo por unidad				**175.7**
Costo indirecto				
Alquiler del local	$			600,000.00
Mano de obra indirecta	$			1,618,000.00
Materiales indirectos/ viáticos	$			800,000.00
Servicios	$			907,000.00
Comunity manager	$			160,000.00
Total costo indirecto del producto				4,085,000.00
Cantidad de unidades producidas				2400
Costo indirecto por unidad				**1702.08**
Costo estándar por unidad				***4775.78***

Fuente: Anexo 13: *Costo estándar por unidad: Cheese doble* (elaboración propia)

Cuadro de costo unitario estándar para el producto Cheese Simple de la empresa “Benburg” de Florencio Varela:

Producto: Cheese simple				
Costos variables	**unidad de medida**	**precio por unidad**	**Cantidad**	**Costo Estándar**
Materia prima				
Carne	kg	950	1	950
Pan	unidad	250	1	250
queso	fetas	137	2	274
papas fritas	kg	200	1	200
Total materiales directos				**1674**
Mano de obra directa				
Mano de obra	minutos	25.1	7	175.7
total mano de obra directa				
total costo directo por unidad				**175.7**
Costo indirecto				
Alquiler del local	$			600,000.00
Mano de obra indirecta	$			1,618,000.00
Materiales indirectos/ viáticos	$			800,000.00
Servicios	$			907,000.00
Comunity manager	$			160,000.00
Total costo indirecto del producto				4,085,000.00
Cantidad de unidades producidas				2400
Costo indirecto por unidad				**1702.08**
Costo estándar por unidad				***3551.78***

Fuente: Anexo 14: *Costo estándar por unidad: Cheese simple* (elaboración propia)

Para concluir con el sistema diseñado se realizará un cálculo muy simple para fijar los precios finales de venta del producto. En este caso se tomará el costo estándar por unidad y el porcentaje de utilidad pretendida por los dueños de la pequeña empresa.

Producto: Cheese doble	
Concepto	
Total costo unitario estándar	$4775.78
% utilidad pretendida	70%
Precio de venta	$8,118.83
Precio final redondeo	**$8500**

Fuente: Anexo 15: *Precio de venta: Cheese doble (*elaboración propia)

Producto: Cheese simple	
Concepto	
Total costo unitario estándar	$3551.78
% utilidad pretendida	70%
Precio de venta	$6,038.03
Precio final redondeo	**$6100**

Fuente: Anexo 16: *Precio de venta: Cheese simple (*elaboración propia)

Presentación del sistema de costos

En esta etapa final de la intervención se presentará a "Benburg", más precisamente a sus dueños, el sistema de costos que se diseño específicamente para optimizar los costos, mejorar la rentabilidad y lograr una ventaja competitiva en la pequeña empresa.

Debe considerarse una de las etapas principales del proyecto ya que es el momento en que se presenta el diseño diseñado para que sea comprendido en su totalidad por las personas que lo implementaran, pasando de la teoría a la práctica.

Esta presentación incluirá en primera instancia una explicación sobre porque es importante que se implemente este sistema y cuáles son los puntos que actualmente son débiles en cuanto a la formulación de costos y determinación de precios.

Luego se detallará cada componente y cuál es la relación entre ellos para que los dueños al implementar este sistema de costos adaptado puedan tener una visión general y particular. También se explicarán las formas de clasificación

de costos, por si en un futuro tuviesen que incluir nuevos costos en el sistema planteado.

Es un sistema que brinda visibilidad y transparencia de los costos de una manera muy sencilla de fácil implementación, característica esencial que permite una clara visibilizarían y comprensión del comportamiento de los costos frente a cualquier cambio debido a factores internos y externos.

El paso más importante que dará la empresa al implementar este sistema de costos basado en el costo estándar es el de incluir los costos fijos en el costo de sus productos finales obteniendo como resultado un costo final de producto real. Dato esencial no solo para la fijación de precios sino que también para tener en claro cuál es el margen de utilidad.

Al tener el dato de cuál es el margen de utilidad de los productos podrán acercarse a realizar una planificación financiera o a garantizar la sostenibilidad de la empresa en el tiempo, teniendo una base sólida y estable que permite un desarrollo saludable a corto y largo plazo.

Además, al tener todos los datos ordenados de forma clara y simple se mejorará la toma de decisiones ya que cada decisión se tomará sobre una base cierta de manera estratégica.

Se detallará que la herramienta material a utilizar para la implementación del sistema es el programa Microsoft Excel, facilitando un papel de trabajo modelo con el desarrollo de los costos de los dos productos más vendidos de la empresa para que luego puedan implementarlo en el resto de los productos, llegando a un resultado integral de la empresa.

Una vez que finalice esta etapa de presentación del proyecto ante la empresa se habilitará un canal de comunicación para cualquier inquietud que pueda surgir al poner en marcha el nuevo sistema.

CONCLUSIÓN

El desarrollo del presente trabajo tenía como objetivo el análisis y optimización de precios de la empresa “Benburg” de Florencio Varela, Buenos Aires.

Este objetivo fue planteado en base a que se identificó que uno de los problemas principales de las Pymes que lleva a la falta de solvencia es el no tener un sistema de costos abarcativo. Problemática que desencadena muchas otras falencias entre las que se encuentran la toma de decisiones erróneas, falta de visión estratégica o mala determinación de precios de productos finales.

Por consiguiente, se investigaron distintas teorías de sistemas de costos llegando a la elección del más compatible con el rubro de la empresa: sistema de costo estándar.

Esta elección sirvió como base para el desarrollo de un sistema de costos personalizado, adaptado al desarrollo diario de la empresa intervenida para que puedan desarrollarlo con los recursos que poseen actualmente.

Como resultado se obtuvo una optimización de los costos, tanto en la reducción de los mismos por decisiones como la inversión del dinero de pago a proveedores a plazo como también en la segmentación de los costos fijos en las unidades producidas. No es posible reflejarlo en un porcentaje ya que no hay punto de comparación porque la planificación de costos de la empresa al comenzar el proyecto era totalmente errónea, no incluían los costos fijos.

Para finalizar podemos observar que este trabajo demuestra que la teoría de nuestra justificación de desarrollo del proyecto se ve reflejada perfectamente en la realidad de la empresa. Además, podemos observar que con las herramientas básicas es posible cambiar el panorama de utilidades por completo, sin la necesidad de depender de grandes recursos.

BIBLIOGRAFÍA

Albanese Sol Ailen (2024) *Optimización en los costos de la empresa "Parabrisas Cristal" en el partido de Florencio Varela, provincia de Buenos Aires*. Tesis no publicada. Recuperado de https://drive.google.com/drive/folders/1Lbu9bDgSSvvdyqRXF1z3atT1P29JmwUj 03/05/2025

Calderón, G., & Castaño, G. A. (2005). *Investigación en administración en América latina: evolución y resultados.* Colombia: Edigráficas.

Cardenas Mora, Guarnizo Cuellar (2020) *Costos por órdenes de producción y por procesos*. Recuperado de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=xe_6DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA3&dq=sistema+de+costos+por+procesos&ots=II_75_xkVr&sig=a3vJH-ZgxVI9CP0uOGyqK1pdJuo#v=onepage&q=sistema%20de%20costos%20por%20procesos&f=false 25/6/2025

Cartier Enrique, Osorio Oscar Manuel (1992). *Teoría general del costo*. Recuperado de https://apps.econ.unicen.edu.ar/sitios/costos/wp-content/uploads/2016/03/TGC-Marco-Necesario.pdf 28/05/2025

Consejo Profesional Ciencias Económicas, San Nicolás (2009) *XII Seminario Provincial San Nicolás, Costos y Gestión.* Recuperado de: https://www.cpba.com.ar/old/Consejo/Comites/Jovenes_Graduados/Noticias/2009-09-09_Exitoso_Seminario_Costos_y_Gestion.pdf 25/04/2025

Cuartas Parra Daniel, Valencia Corrales María, Rojas López David (2017) *Optimización racional de costos.* Recuperado de https://revistaespacios.com/a17v38n39/a17v38n39p34.pdf 29/05/2025

Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas FACPCE (2025) *Resolución técnica 49 FACPCE.* Recuperado de https://www.facpce.org.ar/pdf/RT%2049%20-%20%20Marco%20conceptual%20e%20Informe%20para%20Plan%20de%20Negocios.pdf 14/04/2025

Hernández Sampieri Roberto, Fernández Collado Carlos y Baptista Lucio María del Pilar (2014) *Metodología de la investigación*. México D.F: Editorial Mc Graw Hill Education.

Instituto Nacional de Estadística y Censos de la República Argentina INDEC (2025) *Informes técnicos / Vol. o nº136. Índices de precios al consumidor (IPC).* Recuperado de: https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/ipc_06_2539EA74C12F.pdf 28/6/2025

Pabón Barajas Hernán (2010) *Fundamentos de costos.* Bogotá: Editorial Alfaomega Colombiana. Recuperado de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=Oth0EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=definicion+de+costos&ots=KjsYB6zFXs&sig=Co-QRkG9izkJkAT6W48VYaSTn_8#v=onepage&q&f=false 28/05/2025

Raimondo Jorge (2023) *Guía de clases.* Recuperado de https://ultra.uaionline.edu.ar/ultra/courses/_107924_1/outline/edit/document/_8936123_1?courseId=_107924_1&view=content&state=view 28/05/2025

Reveles López Ricardo (2019) *Análisis de los elementos del costo.* México D.F: Editorial Instituto Mexicano de Contadores Públicos.

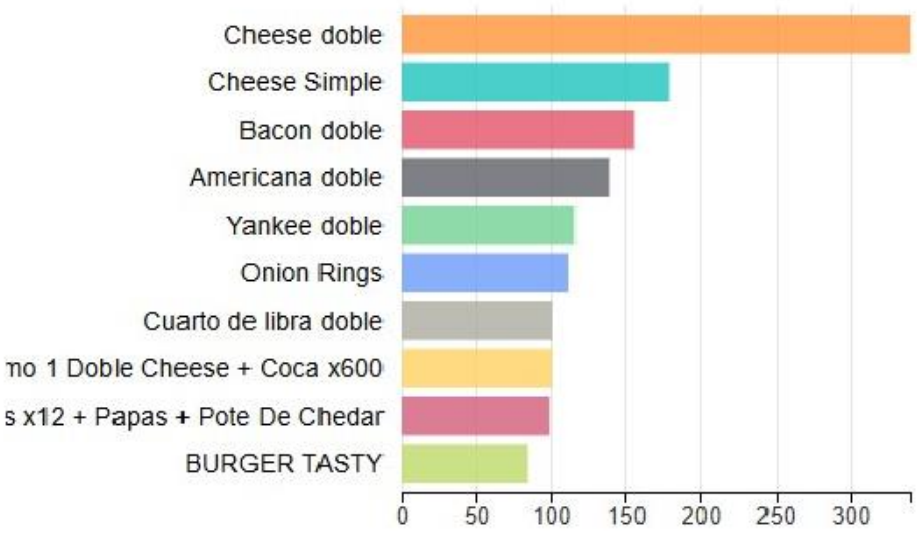
Ríos-Manríquez, M. (2018). *Influencia del sistema de gestión de costes en los indicadores de negocio de las pymes. International Journal of Professional Business Review, 3 (1), 17–29.* Recuperado de: https://doi.org/10.26668/businessreview/2018.v3i1.45 25/04/2025

Sestini Mariela (2022) *Estudio de caso sobre dos productos de la línea de producción de la empresa*. Recuperado de https://drive.google.com/file/d/1QeeuZRQEUPMez7CMSnYwjP9BszGWu9J5/view 25/04/2025

Universidad Abierta Interamericana. (2025) *Instructivo de Trabajos Finales de Carreras de Grado*. Recuperado de https://drive.google.com/file/d/1OcGkiCGvaCCqmZiIM6BwOOQDDixbPNF4/view 02/05/2025

ANEXOS

Anexo 1: Ranking 10 productos más vendidos por categoría del mes de abril.



Anexo 2: Costos de producto

CHEESE			SIMPLE	DOBLE	TRIPLE
	ING	PAN	250	250	250
		MEDALLON	950	1900	2850
		CHEDDAR	411	548	685
		PAPAS	800	800	800
		ALUMINIO	60	60	60
		BOLSA P	9.5	9.5	9.5
		SERVI	27	27	27
		SAL	28	28	28
		BOLSA D	60	60	60
		TOTAL	$ 2,596	$ 3,683	$ 4,770

Anexo 3: Utilidad por producto

CHEESE		SIMPLE	DOBLE	TRIPLE
	COSTO	$ 2,595.50	$ 3,682.50	$ 4,769.50
	GANANCIA	$ 6,132.00	$ 6,222.00	$ 7,510.00
	PRECIO PUBLICO	$ 8,500.00	$ 9,500.00	$ 11,700.00
	MARGEN %	72.00%		

Anexo 4: Costos fijos abril

COSTOS FIJOS ABRIL		
SUELDOS MENSUALES	2,410,000.00	
SUELDOS DIARIOS	12,000.00	POR DELIVERY
ALQUILER	600,000.00	
SERVICIOS	907,000.00	
VIATICOS	800,000.00	
COMUNITY MANAGER	160,000.00	
TOTAL	4,889,000.00	

Anexo 5: Sueldos Abril

ENCARGADO	cajero	$ 850,000
JEFE DE COCINA	planchero	$ 780,000
AYUDANTE DE COCINA	papero	$ 780,000

Anexo 6: Clasificación de costos

COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
MANO DE OBRA DIRECTA: SALARIOS	MATERIA PRIMA DIRECTA
ALQUILER	PACKAGING
SERVICIOS BASICOS: LUZ, GAS, AGUA	VIATICOS

Anexo 7: CLASIFICACION DE COSTOS. (ELABORACION PROPIA)

COSTOS DIRECTOS	COSTOS INDIRECTOS
MANO DE OBRA DIRECTA: SALARIOS PRODUCCION	SERVICIOS BASICOS: LUZ, GAS, AGUA
MATERIA PRIMA DIRECTA	IMPUESTOS
PACKAGING	VIATICOS

Anexo 8: *Resumen costos/ optimización*. (Elaboración propia)

	Detalle de costo	Estrategia de optimización
Materia Prima	Costo de adquisición de la materia prima	Considerar otros proveedores para acceder a los mejores precios posibles
Mano de obra	Costo de conversión de la materia prima en el producto terminado	Primeramente, considerar este costo a la hora de calcular el costo final del producto. Luego implementar una fórmula para calcular el costo de mano de obra por cada unidad producida.
Servicios	Servicios básicos indispensables para llevar a cabo la actividad	
Impuestos	Se consideran tanto los impuestos municipales como los provinciales	Desarrollar una planificación fiscal para tener en claro cuál es el costo mensual de los impuestos
Proveedores	Compra de materia prima y otros materiales necesarios	Considerar proveedores que ofrezcan descuentos por pronto pago / seguir con el proveedor actual que ofrece pago a 15 días pero al momento de realizar el pedido semanal apartar el dinero e invertirlo para generar rendimientos hasta el día del pago.

Anexo 9: *Costos materia prima Cheese Doble* (Elaboración propia)

Producto: Cheese Doble				
Costos variables	**unidad de medida**	**precio por unidad**	**Cantidad**	**Costo Estandar**
Materia prima				
carne	kg	950	2	1900
pan	unidad	250	1	250
queso	fetas	137	4	548
papas fritas	kg	200	1	200
Total materiales directos				2898

Anexo 10: *Costos materia prima Cheese Simple* (Elaboración propia)

Producto: Cheese Simple				
Costos variables	**unidad de medida**	**precio por unidad**	**Cantidad**	**Costo Estandar**
Materia prima				
carne	kg	950	1	950
pan	unidad	250	1	250
queso	fetas	137	2	274
papas fritas	kg	200	1	200
Total materiales directos				1674

Anexo 11: *Costo indirecto mensual estimado* (Elaboración propia)

COSTO INDIRECTO MENSUAL ESTIMADO	
SUELDOS DIARIOS	1,618,000.00
ALQUILER	600,000.00
SERVICIOS	907,000.00
VIATICOS	800,000.00
COMUNITY MANAGER	160,000.00
TOTAL	4,085,000.00

ANEXO 12: *UNIDADES VENDIDAS EN EL MES ABRIL POR DIA* (ELABORACIÒN PROPIA)

VENTAS ABRIL POR DIA	
Fecha	**Unidades vendidas**
1-abr	91
2-abr	122
3-abr	47
4-abr	113
5-abr	110
6-abr	106
7-abr	47
8-abr	52
9-abr	74
10-abr	42
11-abr	103
12-abr	101
13-abr	100
14-abr	47
15-abr	42
16-abr	91
17-abr	131
18-abr	98
19-abr	137
20-abr	119
21-abr	49
22-abr	57
23-abr	55
24-abr	42
25-abr	69
26-abr	98
27-abr	80
28-abr	35
29-abr	51
30-abr	91
TOTAL	**2400**

Anexo 13: *Costo estándar por unidad: Cheese doble* (elaboración propia)

Producto: Cheese Doble				
Costos variables	**unidad de medida**	**precio por unidad**	**Cantidad**	**Costo Estándar**
Materia prima				
carne	kg	950	2	1900
pan	unidad	250	1	250
queso	fetas	137	4	548
papas fritas	kg	200	1	200
Total materiales directos				**2898**
Mano de obra directa				
Mano de obra	minutos	25.1	7	175.7
total mano de obra directa				
total costo directo por unidad				**175.7**
Costo indirecto				
Alquiler del local	$			600,000.00
Mano de obra indirecta	$			1,618,000.00
Materiales indirectos/ viáticos	$			800,000.00
Servicios	$			907,000.00
Comunity manager	$			160,000.00
Total costo indirecto del producto				4,085,000.00
Cantidad de unidades producidas				2400
Costo indirecto por unidad				**1702.08**
Costo estándar por unidad				***4775.78***

Fuente: Anexo 14: *Costo estándar por unidad: Cheese simple* (elaboración propia)

Producto: Cheese simple				
Costos variables	**unidad de medida**	**precio por unidad**	**Cantidad**	**Costo Estándar**
Materia prima				
carne	kg	950	1	950
pan	unidad	250	1	250
queso	fetas	137	2	274
papas fritas	kg	200	1	200
Total materiales directos				**1674**
Mano de obra directa				
Mano de obra	minutos	25.1	7	175.7
total mano de obra directa				
total costo directo por unidad				**175.7**
Costo indirecto				
Alquiler del local	$			600,000.00
Mano de obra indirecta	$			1,618,000.00
Materiales indirectos/ viáticos	$			800,000.00
Servicios	$			907,000.00
Comunity manager	$			160,000.00
Total costo indirecto del producto				4,085,000.00
Cantidad de unidades producidas				2400
Costo indirecto por unidad				**1702.08**
Costo estándar por unidad				***3551.78***

Fuente: Anexo 15: *Precio de venta: Cheese doble (*elaboración propia)

Producto: Cheese doble	
Concepto	
Total costo unitario estándar	$4775.78
% utilidad pretendida	70%
Precio de venta	$8,118.83
Precio final redondeo	**$8500**

Fuente: Anexo 16: *Precio de venta: Cheese simple (*elaboración propia)

Producto: Cheese simple	
Concepto	
Total costo unitario estándar	$3551.78
% utilidad pretendida	70%
Precio de venta	$6,038.03
Precio final redondeo	**$6100**

Anexo 17: Consentimiento informado

Universidad Abierta Interamericana - Facultad de Ciencias Económicas- Contador Público

Análisis y optimización de costos de la hamburguesería “Benburg” de la ciudad de Florencio Varela, Buenos Aires.

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Lugar: Berazategui, Buenos Aires Fecha: 4 de abril de 2025.

Por la presente te invitamos a participar de este proyecto que cuenta con el aval de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Abierta Interamericana. Te proponemos responder el siguiente cuestionario autoadministrado y/o participar de una entrevista semiestructurada que será grabada. El objetivo es el desarrollo de la tesis de grado “Análisis y optimización de costos de la hamburguesería “Benburg” de la ciudad de Florencio Varela, Buenos Aires.

En todos los casos se protegerá la confidencialidad de los datos recolectados y se resguardará la privacidad de las personas. Por medio de la presente, declaro que he sido informado/a por los investigadores que mi participación contribuirá con información importante para el desarrollo de la investigación. He sido informado/a que mis respuestas sólo serán conocidas por el equipo de investigación y que ellas serán analizadas científicamente dentro del conjunto total de respuestas proporcionadas por las personas que participen, sin hacer referencia a la información entregada por ninguna persona en particular. Declaro haber sido informado/a que mi participación en este estudio será

completamente voluntaria y que no recibiré ningún tipo de retribución económica por ella. Entiendo, además, que tengo derecho a negarme a participar o a suspender y dejar inconclusa mi participación cuando así lo desee, sin que deba explicar tal acción. He sido informado/a, además, que si lo deseo, podré conocer los resultados globales del estudio, una vez terminado. En caso de que lo estime necesario, durante cualquier etapa del estudio, podré contactarme con el docente responsable de la Facultad de Ciencias Económicas al correo electrónico edbertoantonio.ibarra@uai.edu.ar para plantear cualquier pregunta o duda sobre este estudio. Si siento vulnerados mis derechos, podré contactarme con la directora de la Carrera de Contador Público, Estela Lettieri al correo electrónico Estela.Lettieri@uai.edu.ar. En consecuencia, por el presente documento, otorgo mi consentimiento voluntario e informado para participar en el estudio arriba descrito.

Fecha: 4 de abril de 2025

Nombre: Carlos Eduardo Marfil

Firma:

