



UADY
FACULTAD DE
EDUCACIÓN

Paquete didáctico de la asignatura Costos de alimentos y bebidas

C.P. Juan Pablo Herrera Canché

Generación LIII

**Paquete didáctico presentado para obtener el diploma de Especialista
en Docencia**

Asesora

Mtra. Silvia Alejandra Baeza Aldana

Mérida, Yucatán

Mayo, 2017

Índice

Introducción.....	3
Manual de operaciones.....	4
Programa de curso	8
Planes de sesión	21
Actividades de aprendizaje.....	50
Recursos didácticos.....	84
Antología	125

Introducción

El presente paquete didáctico está diseñado para ser una guía de la asignatura de Costos de alimentos y bebidas, para todo profesor que la imparta en alguno de los treinta y seis campus de la Universidad del Valle de México o en alguna otra universidad como parte del área económico-administrativo en el eje de gastronomía.

La Universidad del Valle de México como parte de su filosofía institucional, tiene la misión de ofrecer educación de calidad global para formar personas que agreguen valor a la sociedad, así como ser una universidad privada que contribuya al desarrollo sustentable de México. Este paquete didáctico ha sido realizado considerando la filosofía de la institución.

La Licenciatura Internacional en Gastronomía de la Universidad del Valle de México, Campus Mérida, tiene una duración de nueve semestres. La asignatura de Costos de alimentos y bebidas se imparte en el tercer semestre y es la segunda de tres asignaturas de costos dentro de área profesional del plan de estudios, la cual no está seriada.

La asignatura de Costos de alimentos y bebidas, tiene como finalidad contribuir al perfil de egreso del alumno, propiciando su desarrollo en el área de administración de establecimientos de alimentos y bebidas mediante la aplicación de los conceptos relacionados con los negocios gastronómicos como son el punto de equilibrio y determinación del precio de venta de un producto.

Para la realización de este documento, ha sido importante la experiencia profesional del docente en el área económico-administrativa, así como en el área gastronómica, ya que ha permitido adaptar la bibliografía existente sobre temas de costos enfocados a áreas administrativas y al área de alimentos y bebidas, que establece el programa de la asignatura. Lo anterior a consecuencia de que los recursos bibliográficos especializados en el área de gastronomía son escasos. Esto se ha visto reflejado en un mayor interés y comprensión de los temas por parte de los alumnos.

Manual de operaciones

El presente manual operativo pretende ofrecer la información necesaria para la apropiada instrucción de la asignatura de Costos de alimentos y bebidas por parte del docente a cargo, en la Licenciatura Internacional en Gastronomía de la Universidad del Valle de México.

La finalidad de esta asignatura es que el alumno aprenda a determinar niveles de producción necesarios para asegurar el éxito de un establecimiento de alimentos y bebidas, así como establecer diversas medidas de control y aplicar diversos métodos para la fijación de precios a platillos y menús.

El programa de la asignatura de Costos de alimentos y bebidas está conformado de siete unidades, las cuales han sido reordenadas considerando una secuencia lógica de los temas para la mejor comprensión del alumno. La asignatura se imparte en sesiones de dos horas por semana, siendo un total de dieciséis sesiones durante el semestre, de las cuales trece corresponden a las sesiones y tres a exámenes parciales.

Como se mencionó en la introducción, esta asignatura es la segunda de tres, relacionadas con el tema de costos. Con base en la filosofía institucional, se han adecuado algunas de las actividades al cumplimiento de los valores de la institución. Específicamente, la aplicación del aprendizaje basado en proyectos, en la cual los alumnos desarrollan un plan de negocios que contribuya a cumplir los valores, misión y visión de la universidad, entre los que se encuentran responsabilidad social, calidad y sustentabilidad.

Las estrategias de enseñanza y aprendizaje que se proponen en este paquete didáctico incluyen: exposición del profesor, exposición del alumno, preguntas dirigidas, aprendizaje basado en proyectos, demostración, roleplay, estudio de caso, preguntas dirigidas. Cada una de ellas, están diseñadas para favorecer el aprendizaje del alumno y de acuerdo al tema de la sesión.

El paquete didáctico está conformado de las siguientes partes: secuencia didáctica, planes de sesión, actividades de aprendizaje, recursos didácticos y antología.

La secuencia didáctica hace mención de la descripción de las unidades y los temas, la competencia general y de cada unidad, la estrategia de enseñanza y

aprendizaje, indicador del desempeño, las actividades de aprendizaje, así como las horas presenciales y no presenciales.

Los planes de sesión describen la competencia de la sesión, los recursos didácticos a emplear, un resumen del tema de la clase, el orden de la sesión, la bibliografía, y por último un espacio para observaciones en la que se hacen unas sugerencias al usuario sobre las actividades a realizar.

Para esta asignatura se han creado un total de veinticuatro actividades de aprendizaje, las cuales se desarrollan en su mayoría de manera presencial. Las actividades no presenciales están destinadas en su mayoría al desarrollo del plan de negocios, el cual se revisará en tres ocasiones durante las sesiones, sin embargo, el alumno lo desarrolla de manera no presencial.

Las actividades se pensaron para un grupo de aproximadamente 16 alumnos. Siendo posible su adaptación a un mayor o menor número.

La Universidad aplica tres parciales durante el semestre. A continuación, se sugieren los criterios de evaluación para la asignatura de Costos de alimentos y bebidas:

Primer parcial:

UNIDADES	MÉTODO DE EVALUACIÓN	MONTO DE EVALUACIÓN
1 y 2	Prueba objetiva	50%
	Avance de proyecto.	10%
	Actividades de aprendizaje.	40%

Segundo Parcial

UNIDADES	MÉTODO DE EVALUACIÓN	MONTO DE EVALUACIÓN
3, 4 y 5	Prueba objetiva	50%
	Avance de proyecto.	10%
	Actividades de aprendizaje.	40%

Tercer Parcial

UNIDADES	MÉTODO DE EVALUACIÓN	MONTO DE EVALUACIÓN
5, 6 y 7	Prueba objetiva	30%
	Autoevaluación.	10%
	Presentación del proyecto y entrega del plan de negocios.	60%

Para la adecuada aplicación de este paquete didáctico se sugiere al docente la lectura del mismo, de ser necesario realizar las adaptaciones necesarias, y preparar el material requerido para las sesiones.

Las sesiones están elaboradas de tal forma que la mayoría de ellas son dinámicas, ya que los alumnos del área de gastronomía, son más pragmáticos que analíticos.

A continuación, se describen las sesiones y las actividades correspondientes a cada una de ellas, así como la bibliografía consultada para el desarrollo de los temas.

Sesión	Actividades de aprendizaje	Lecturas
1	1, 2 y 3	Libro 1 de la antología
2	4, 5 y 6	Libros 1 y 2 de la antología.
3	7	Libro 1 de la antología.
4	8 y 9	Libro 4 de la antología
5	9, 10 y 11	Libro 4 de la antología
6	Primer examen parcial	Libros 1, 2 y 4 de la antología.
7	12	Libro 1 de la antología.
8	13	Libro 1 de la antología.
9	14, 15 y 16	Libro 1, 5 y recurso web 1 de la antología.
10	17 y 18	Libro 3 de la antología.
11	Segundo examen parcial	Libros 1 y 5 y recurso web 1 de la antología.

12	19	Recursos web 2, 3 y 4 de la antología.
13	20 y 21	No aplica.
14	22 y 23	Libro 1. Recursos web 10, 11, 12 y 13 de la antología.
15	24	Recursos web 5, 6, 7, 8 y 9 de la antología.
16	Tercer examen parcial	Recursos web 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12 y 13 y libro 1 de la antología.

En el apartado de recursos didácticos, se enlistan las presentaciones de power point y prezi, correspondientes a cada sesión, así como, los conceptos que se deben escribir en la pizarra, tableros, memorama y video para las dinámicas de cada sesión. Los recursos anteriores podrán adaptarse al entorno en el cual se desarrolle la clase. La infraestructura de la Universidad del Valle de México, Campus Mérida permite la realización de las sesiones con los medios y recursos didácticos propuestos en este documento.

Por último, se encuentra la antología, en la cual se enlistan los documentos y las ligas, de donde se ha extraído la información para la realización de este curso. Así como la clasificación de la información de acuerdo a la unidad y número de sesión.

Programa de curso

CAMPUS	MERIDA
VICERRECTORIA	VICERRECTORIA DE HOSPITALIDAD
LICENCIATURA EN	INTERNACIONAL EN GASTRONOMIA
ASIGNATURA	COSTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS
CICLO EN QUE SE IMPARTE	C1 2017/ TERCER SEMESTRE
DOCENTE RESPONSABLE	JUAN PABLO HERRERA CANCHE
EGEL	AREA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS FEBRERO 2017
	DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS, ASÍ COMO DE LOS GASTOS DE OPERACIÓN DE UNA EMPRESA.

HORAS CON DOCENTE	HORAS INDEPENDIENTES	TOTAL DE HORAS SEMANA	TOTAL DE HORAS SEMESTRE	CRÉDITOS	ESCENARIOS ACADÉMICOS
2	1	3	48	3.8	AULA

COMPETENCIA GENERAL

El alumno analiza los conceptos relacionados con los costos de alimentos y bebidas, elaborando reportes, registros y análisis de costos, como parte esencial para la toma de decisiones en un establecimiento del sector gastronómico.

Unidad I Introducción a los costos de alimentos y bebidas.

Competencia:

El estudiante identifica las etapas del proceso administrativo, relacionándolas con la estructura de un establecimiento de alimentos y bebidas, para su futura aplicación en la vida real.

SESION	TEMA	ESTRATEGIA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE	INDICADOR DEL DESEMPEÑO	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	HP	HNP
1	1. Conceptos básicos. 1.1. Organización 1.2. Dirección 1.3. Control.	<ul style="list-style-type: none"> • Exposición de tema. • Aprendizaje basado en proyectos. • Exposición colectiva. 	El alumno identifica las etapas del proceso administrativo relacionándolas con su proyecto.	1. En equipos de cuatro personas, los alumnos desarrollarán un concepto de establecimiento de alimentos y bebidas, presentándolo por medio de un cartel con los elementos que consideren más importantes sobre el establecimiento (misión, giro, ubicación, concepto, etc.) el cual compartirán en clase. 2. Elaborar de manera individual un cuadro comparativo describiendo las fases	2	1

				del proceso administrativo con ejemplos del establecimiento que proponen.		
				3. Leer los lineamientos del proyecto: Creación de un establecimiento de alimentos y bebidas, organizar equipos de trabajo de cuatro integrantes y definir el tipo de establecimiento que desean realizar. Desarrollar los puntos 1, 2, y 3 del proyecto y entregar avance de manera digital vía e-mail institucional.		

Unidad II Entendiendo el concepto de costo.						
Competencia:		El alumno calcula el punto de equilibrio de un producto o platillo, aplicando los conceptos de costos y gastos mediante la resolución de ejercicios.				
SESION	TEMA	ESTRATEGIA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE	INDICADOR DEL DESEMPEÑO	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	HP	HNP
2,3,4,5,	2.1 Planeación 2.1.1. Gastos 2.1.2. Costos 2.1.3 Control	<ul style="list-style-type: none"> Exposición de tema. Demostración. Analogías. Juego atínale al precio. 	<ul style="list-style-type: none"> El alumno ejemplifica los elementos del costo: materia 	4. En equipos de proyecto, elaborar una bolsa de papel estraza. Identificar los elementos del costo	8	4

	<p>2.2. Fundamentos de costos y gastos. 2.2.1 Conceptos básicos. 2.2.2 Clasificación de los gastos 2.2.3 Punto de equilibrio por productos y múltiple.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cuadro comparativo. • Aprendizaje basado en proyectos. 	<p>prima, mano de obra y costos indirectos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • El alumno determina el punto de equilibrio por producto y múltiple correctamente. Establece su nivel mínimo de producción. 	<p>que forman parte de la bolsa de producto y compartir sus observaciones en clase.</p> <p>5. De manera individual el alumno resolverá ejercicios de clasificación de costos los cuales serán coevaluados durante la sesión.</p> <p>6. Elaborar por equipos de proyecto un cuadro comparativo de costos y gastos con sus componentes.</p> <p>7. Por equipos los alumnos jugarán “atínale al precio”, el equipo ganador realizará el cálculo de costo de la receta proporcionada por el profesor. El resto de los equipos investigará una receta, los costos de la materia prima y calculará el costo de la misma. Posteriormente compartirán los costos y calcularán el punto de equilibrio de cada receta.</p>		
--	--	---	--	---	--	--

				<p>8. En equipos de proyecto resolver el rompecabezas que proporciona el profesor, encontrar las instrucciones que se encuentran escondidas en él, posteriormente entre todos los equipos aplicarán los pasos para calcular el punto de equilibrio de una mezcla de productos.</p>		
				<p>9. Resolver por equipos de proyecto adecuadamente, los ejercicios de mezcla de punto de equilibrio.</p>		
				<p>10. En equipos de proyecto determinar el punto de equilibrio de su plan de negocios.</p>		
				<p>11. Recepción del avance 1 del proyecto de inversión de cada equipo, en tiempo y forma.</p>		
6	Primer examen parcial					

Unidad III Márgenes.						
Competencia:		El alumno identifica el sobrecosto en establecimientos de alimentos y bebidas, resolviendo el estado de conciliación de alimentos y bebidas como herramienta para la toma de decisiones.				
SESION	TEMA	ESTRATEGIA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE	INDICADOR DEL DESEMPEÑO	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	HP	HNP
7 y 8	3.1 Control financiero 3.1.1 Tipos de costos 3.1.2 Diagrama de flujo de materiales. 3.1.3 Sobre costos 3.2 Conciliación de costos 3.2.1 Conciliación de alimentos. 3.2.2 Conciliación de bebidas 3.2.3 Costo global 3.2.4 Costo óptimo. 3.3 Rastreo de diferencias 3.3.1 Punto de venta 3.3.2 Almacén 3.3.3 Factores	<ul style="list-style-type: none"> • Lluvia de ideas. • Exposición. • Preguntas dirigidas. • Demostración. 	<ul style="list-style-type: none"> • El alumno puede clasificar un almacén de a y b. • Determina el sobre costo, resultado del estado de conciliación de a y b. 	12. Por equipos de empresa, los alumnos relacionan los conceptos de clasificación de costos en el almacén, por medio de un memorama. Al finalizar elaborar un resumen de los conceptos. 13. El alumno elaborará reportes de estado de conciliación de alimentos y bebidas.	4	1

Unidad IV Costeo del menú.						
Competencia:		El alumno analiza la importancia del diseño de un menú como generador de ingresos en un establecimiento de alimentos y bebidas, mediante el reconocimiento de sus características de elaboración.				
SESION	TEMA	ESTRATEGIA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE	INDICADOR DEL DESEMPEÑO	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	HP	HNP
9	4.1 Diseño 4.2 Aprovechamiento de recursos. 4.3 Menús estratégicos. 4.4 Bebidas en los menús. 4.5 Costos controlables y no controlables. 4.6 Estructura de costos de operación.	<ul style="list-style-type: none"> • Exposición. • Roleplay. • Demostración. • Aprendizaje basado en proyectos. 	El alumno elabora un recetario maestro.	14. Por equipos de cinco personas leerán la información correspondiente a las características de elaboración de un menú y realizarán un sociodrama para ejemplificarlas.	2	2
				15. De manera individual resolver el ejercicio sobre cálculo del costo de un menú.		
				16. Por equipos de proyecto, realizar el menú y recetas estándar de los platillos del proyecto. Entrega de avances, segunda revisión.		

Unidad V Planeación de ventas.						
Competencia:		El alumno organiza los recursos materiales y financieros de una empresa de alimentos y bebidas, para la toma de decisiones, mediante la fijación de precios de venta-				
SESION	TEMA	ESTRATEGIA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE	INDICADOR DEL DESEMPEÑO	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	HP	HNP
10	5.1 Fijar precios 5.2 Producto vs. Demanda.	<ul style="list-style-type: none"> • Estudio de caso. • Exposición. 	El alumno establece una política para fijar el precio de un producto en un establecimiento de a y b.	Estudio de caso sobre el pan de muerto, a través del cual el alumno identifica algunos conceptos involucrados en la fijación del precio de venta de un producto. Compartir en plenaria sus conclusiones.	2	0
11	Segundo examen parcial					

2	5.3 Canales de distribución. 5.4 Actividades promocionales 5.5 Capacidad. 5.6 Expansión	<ul style="list-style-type: none"> • Roleplay. • Aprendizaje basado en proyectos. 	El alumno establece los canales de distribución que aplicará en el plan de negocio.	17. En equipos de proyecto, determinan el precio de venta de los platillos del menú de su plan de negocios, justificándolo por medio de los modelos para fijar precios de venta, así como, determinar el tipo de acción promocional para dar a conocer sus productos. Entrega de avances del proyecto, tercera revisión.	2	0
				18. Por equipos de proyecto, realizan un sociodrama sobre los diversos tipos de acción promocional que existen.		
13		Exposición del alumno. ABP	<ul style="list-style-type: none"> • El alumno presenta su proyecto por escrito y presencial, cumpliendo con los lineamientos, ante un jurado evaluador y soluciona preguntas 	19. Presentación por equipos de los proyectos: Creación de un establecimiento de alimentos y bebidas ante un jurado evaluador	2	1
				20. Después de presentar su proyecto, por equipos, realizarán una autoevaluación en video de su		

			sobre el proyecto.	participación en el proyecto.		
--	--	--	--------------------	-------------------------------	--	--

Unidad VI Análisis de costos, volumen y ganancia.						
Competencia:		El estudiante analiza el modelo costo-volumen-ganancias en un establecimiento de alimentos y bebidas para seleccionar los recursos que contribuyan a generar ganancias por medio de la planificación a gran escala.				
SESION	TEMA	ESTRATEGIA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE	INDICADOR DEL DESEMPEÑO	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	HP	HNP
14	6.1 Análisis de costos 6.1.1. Costeo de platillos y bebidas. 6.1.2 Costos directos. 6.1.3 Costos Indirectos. 6.2 Análisis de volumen. 6.2.1 Optimización de recursos. 6.2.2 Planeación a gran escala. 6.2.3 Control maestro. 6.3 Análisis de ganancias. 6.3.1 Inversión 6.3.2 Pagos 6.3.3 Intereses 6.3.4 Manejo de capital	<ul style="list-style-type: none"> • Preguntas dirigidas. • Estudio de caso. • Exposición colectiva. 	El alumno establece una política para fijar el precio de un producto en un establecimiento de a y b.	21. Responder por equipos de proyecto las preguntas del cuestionario. Compartir en plenaria los comentarios. 22. Estudio de caso, "Eventos a gran escala". Compartir de manera individual en clase sus conclusiones después de ver el video.	2	0

Unidad VII Análisis de estrategias.						
Competencia:		El alumno reconoce las estrategias de mercadotecnia empleadas para la toma de decisiones, que contribuyan a generar utilidades en un establecimiento de alimentos y bebidas, por medio de su análisis.				
SESION	TEMA	ESTRATEGIA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE	INDICADOR DEL DESEMPEÑO	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	HP	HNP
15	7.1 Normas técnicas. 7.2 Mercado 7.3 Logística 7.4 Minimizar costos de producción.	<ul style="list-style-type: none"> Exposición. Diagrama de flujo. Cuadro comparativo. 	El alumno elabora un cuadro comparativo de los diversos tipos estrategias de mercadotecnia.	23. Por equipos leer el tema de mercados y elaborar en la pizarra un cuadro sinóptico. 24. Por equipos leer el tema: logística en el restaurante y elaborar un diagrama de flujo etapas que intervienen en ella. Compartir en plenaria.	2	0
16	Tercer examen parcial					

Competencias Profesionales.

COMPETENCIA PROFESIONAL	UNIDAD I	UNIDAD II	UNIDAD III	UNIDAD IV	UNIVDAD V	UNIDAD VI	UNIDAD VII
CE Comunicación efectiva.	✓	✓	✓	✓		✓	
DI Dominio de la interdependencia.	✓	✓				✓	
MI Manejo de los altos niveles de integridad.				✓			
DD Dominio de la disciplina.			✓		✓	✓	✓
DC Dominio del cambio.							
VG Visión global.					✓	✓	✓
EL Ejercer el liderazgo	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
EM Emprender	✓	✓		✓		✓	

Planes de sesión

CARRERA	Licenciatura Internacional en Gastronomía		
ASIGNATURA	Costos de alimentos y bebidas.	SEMESTRE	Tercero
UNIDAD I	Introducción a los costos de alimentos y bebidas.		
TEMA	Proceso administrativo.	SESIÓN	1
		DURACIÓN	2 Hrs.

OBJETIVO	El alumno identifica los conceptos que forman el proceso administrativo como parte fundamental de un negocio de alimentos y bebidas, por medio de ejemplos de la vida real e hipotéticos.
MATERIALES Y RECURSOS	Plumones, papel bond, pizarra, lecturas, proyector, computadora.
RESUMEN	La administración es parte importante de todas las empresas que contribuye a su desarrollo. Las empresas de alimentos y bebidas no son la excepción. Las etapas del proceso administrativo: planeación, organización, dirección y control se pueden aplicar a todas las áreas de un establecimiento del ámbito gastronómico.

ESTRATEGIA DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE	
INDUCCIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> • Pase de lista. • Encuadre de la asignatura. • Importancia de la asignatura. • Presentación del proyecto. 	<p>1 min.</p> <p>9 min.</p> <p>10 min.</p> <p>15 min.</p>
DESARROLLO	
<ul style="list-style-type: none"> • Exposición del profesor sobre el proceso administrativo. • ADA 1 Empresa de alimentos y bebidas. De manera individual elaborar un prototipo de empresa de alimentos y bebidas que contenga: nombre, giro, desarrollo del concepto y presentarlo en la clase. 	<p>20 min.</p> <p>40 min.</p>
CIERRE	
<ul style="list-style-type: none"> • Realimentar los conceptos vistos en la clase por medio de preguntas y compararlos con su proyecto. • Explicar instrucciones de las actividades: • ADA 2 Proceso administrativo. Elaborar un cuadro comparativo de las fases del proceso administrativo. Actividad no presencial. • ADA 3 Plan de negocios. En equipos de cuatro personas desarrollar un proyecto de una empresa de alimentos y bebidas, con base en los lineamientos que el profesor entregará. No presencial. 	<p>5 min.</p> <p>5 min.</p> <p>15 min.</p>

Bibliografía

Cuevas, F. (2016). *Control de costos y gastos en los restaurantes*. México: Limusa. pp 15-27

Observaciones

CARRERA	Licenciatura Internacional en Gastronomía		
ASIGNATURA	Costos de alimentos y bebidas.	SEMESTRE	Tercero
UNIDAD II	Gastos, costos, control.		
TEMA	Conceptos de costos y gastos.	SESIÓN	2
		DURACIÓN	2 Hrs.

OBJETIVO	El alumno diferencia los conceptos de costo del gasto en establecimientos de alimentos y bebidas para determinar el costo unitario de un producto, por medio de su ejemplificación.
MATERIALES Y RECURSOS	Papel estraza, plumones, pegamento, tijeras, lecturas, proyector, computadora.
RESUMEN	Los conceptos de costo y gasto suelen emplearse de manera indistinta, sin embargo en el fondo son términos que tienen un significado diferente; sobre todo al momento de realizar el cálculo del costo unitario de un platillo.

ESTRATEGIA DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE	
INDUCCIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> • Pase de lista • Realimentación clase anterior. 	<p>1 min.</p> <p>14 mins</p>
DESARROLLO	
<ul style="list-style-type: none"> • ADA 4 Costo del producto. En equipos de cuatro personas, elaborar una bolsa de papel estraza y posteriormente compartir en clase identificando los conceptos de costos, gasto, materia prima, mano de obra, costos indirectos. • Exposición del profesor sobre el tema y relacionarlo con la actividad. • ADA 5 Costos Vs. Gastos. De manera individual resuelve los ejercicios que se proporcionan. • ADA 6 Clasificación de costos y gastos. De manera individual elaborar un cuadro sinóptico de los conceptos de costo, gasto, materia prima, mano de obra, costos indirectos. 	<p>40 mins.</p> <p>20 mins.</p> <p>20 mins.</p> <p>15 mins.</p>
CIERRE	
<ul style="list-style-type: none"> • Realimentar los conceptos vistos en la clase mediante preguntas y entregar lineamientos de proyecto. 	10 mins.

Bibliografía
Cuevas, F. (2016). <i>Control de costos y gastos en los restaurantes</i> . México: Limusa. p 29.

Mercado, P., Iñigo, R. & Cabrera, D. (2015). Costos de alimentos y bebidas 1. México: Gasca. pp. 61-66

Observaciones

Se sugiere el uso de papel estraza para la realización de la actividad por ser económico y resistente.

CARRERA	Licenciatura Internacional en Gastronomía		
ASIGNATURA	Costos de alimentos y bebidas.	SEMESTRE	Tercero
UNIDAD II	Gastos, costos, control.		
TEMA	Punto de equilibrio.	SESIÓN	3
		DURACIÓN	2 Hrs.

OBJETIVO	El alumno determina el punto de equilibrio de un producto, por medio de la aplicación en ejercicios, como medio para determinar el nivel de ventas mínimo que debe realizar una empresa de alimentos y bebidas para generar utilidades.
MATERIALES Y RECURSOS	Marcadores, pizarra, proyector, ejercicios para resolver, computadora.
RESUMEN	El punto de equilibrio es un tema de suma importancia en el área de alimentos y bebidas, ya que determina el nivel mínimo de producción y ventas, que una empresa debe realizar para no tener ganancias ni pérdidas, antes de su apertura.

ESTRATEGÍA DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE	
INDUCCIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> • Pase de lista • Realimentación de la clase anterior sobre los conceptos de costo, gasto y sus divisiones. 	<p>1 min.</p> <p>19 min.</p>
DESARROLLO	
<ul style="list-style-type: none"> • Exposición del profesor. • ADA 7 Atínale al precio. 	20 min.
<p>Parte I. En binas determinar el precio de los insumos de una receta por medio de “atínale al precio”.</p>	20 min.
<p>Parte II. Posteriormente determinar el costo unitario de una receta y el punto de equilibrio del mismo. De igual manera elaborar la gráfica correspondiente.</p>	40 min.
<p>Parte III. Los equipos no ganadores deberán investigar una receta y realizar el costeo y cálculo del punto de equilibrio. Los resultados los compartirán en la siguiente sesión. No presencial</p>	15 min.
CIERRE	
<ul style="list-style-type: none"> • Realimentar los conceptos vistos en la clase mediante preguntas y verificar el desarrollo del proyecto. 	5 min.

Bibliografía
Cuevas, F. (2016). <i>Control de costos y gastos en los restaurantes</i> . México: Limusa. pp 37-41.

Observaciones

Se sugiere actualizar los precios de los productos en las presentaciones.

CARRERA	Licenciatura Internacional en Gastronomía		
ASIGNATURA	Costos de alimentos y bebidas.	SEMESTRE	Tercero
UNIDAD II	Gastos, costos, control.		
TEMA	Punto de equilibrio múltiple.	SESIÓN	4
		DURACIÓN	2 Hrs.

OBJETIVO	El alumno determina el punto de equilibrio múltiple mediante la resolución de problemas, como medio para fijar la mezcla de productos mínima que debe realizar una empresa de alimentos y bebidas para la generación de utilidades.
MATERIALES Y RECURSOS	Marcadores, pizarra, ejercicios para resolver, rompecabezas.
RESUMEN	Las empresas de alimentos y bebidas, se caracterizan por la producción y venta de diversos alimentos, por lo tanto es importante que el profesional del área gastronómica determine el punto de equilibrio para una mezcla de productos que le ayude a determinar su nivel de ventas para la generación de ganancias.

ESTRATEGIA DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE	
INDUCCIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> • Pase de lista. • Realimentación clase anterior y revisión de ejercicios pendientes. 	<p>1 min.</p> <p>29 min.</p>
DESARROLLO	
<ul style="list-style-type: none"> • ADA 8 Punto de equilibrio múltiple. En equipos de proyecto resolver el rompecabezas que proporciona el profesor, en él encontraras una parte del procedimiento que se requiere seguir para la determinar el punto de equilibrio múltiple. Posteriormente compartir en clase, establecer el orden del procedimiento y aplicarlo a la resolución de un problema. 	70 min.
CIERRE	
<ul style="list-style-type: none"> • Realimentar los conceptos vistos en la clase mediante preguntas, solucionar dudas y verificar el desarrollo del proyecto. • Explicar ADA 9. Resuelve el siguiente ejercicio de punto de equilibrio múltiple. No presencial. 	<p>10 min.</p> <p>10 min.</p>

Bibliografía

Hansen, D. & Mowen, M. (2006). *Administración de costos: contabilidad y control*. 5a. ed. México: Cengage Learning. pp 746-749.

Observaciones

Se sugiere realizar el rompecabezas con alguna imagen en el reverso, relacionado con algún platillo o alimento, para que exista una coherencia con el ámbito gastronómico.

CARRERA	Licenciatura Internacional en Gastronomía		
ASIGNATURA	Costos de alimentos y bebidas.	SEMESTRE	Tercero
UNIDAD II	Gastos, costos, control.		
TEMA	Punto de equilibrio múltiple.	SESIÓN	5
		DURACIÓN	2 Hrs.

OBJETIVO	El alumno determina el punto de equilibrio múltiple mediante la resolución de problemas, como medio para fijar la mezcla de productos mínima que debe realizar una empresa de alimentos y bebidas para la generación de utilidades.
MATERIALES Y RECURSOS	Marcadores, pizarra, ejercicios para resolver.
RESUMEN	Las empresas de alimentos y bebidas, se caracterizan por la producción y venta de diversos alimentos, por lo tanto es importante que el profesional del área gastronómica determine el punto de equilibrio para una mezcla de productos que le ayude a determinar su nivel de ventas para la generación de ganancias.

ESTRATEGIA DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

INDUCCIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> • Pase de lista. • Realimentación del tema anterior. 	<p>1 min.</p> <p>19 min.</p>
DESARROLLO	
<ul style="list-style-type: none"> • Revisión de ADA 9. Resuelve el siguiente ejercicio de punto de equilibrio. 	80 min.
CIERRE	
<ul style="list-style-type: none"> • Realimentar los conceptos vistos en la clase mediante preguntas, solucionar dudas y verificar el desarrollo del proyecto. • Explicar actividades No presenciales: • ADA 10 Punto de equilibrio de mi plan de negocios. En equipos de proyecto, determinar la mezcla de productos de la empresa que están desarrollando correspondiente a la ADA 3. • ADA 11. Avance I del plan de negocios. En equipos de proyecto entregar de manera digital los avances del proyecto de la ADA 3. 	<p>10 min.</p> <p>5 min.</p> <p>5 min.</p>

Bibliografía

Hansen, D. & Mowen, M. (2006). *Administración de costos: contabilidad y control*. 5a. ed. México: Cengage Learning. pp 746-749.

Observaciones

La entrega de los avances del proyecto puede ser en formato digital vía email.

CARRERA	Licenciatura Internacional en Gastronomía		
ASIGNATURA	Costos de alimentos y bebidas.	SEMESTRE	Tercero
UNIDAD I UNIDAD II	Introducción a los costos de alimentos y bebidas. Gastos, costos, control.		
TEMA	Primer examen parcial	SESIÓN	6
		DURACIÓN	2 Hrs.

OBJETIVO	El alumno responde una prueba objetiva para evaluar el aprendizaje de las unidades I y II.
MATERIALES Y RECURSOS	Prueba objetiva.
RESUMEN	En esta prueba se abordan los conceptos generales de costos, gastos, proceso administrativo y punto de equilibrio.

ESTRATEGIA DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE	
INDUCCIÓN – DESARROLLO – CIERRE	
Aplicación del primer examen parcial.	2 Hrs.

Bibliografía
<p>Cuevas, F. (2016). <i>Control de costos y gastos en los restaurantes</i>. México: Limusa. pp 15-27, 29, 61-66, 37-41</p> <p>Mercado, P., Iñigo, R. & Cabrera, D. (2015). <i>Costos de alimentos y bebidas 1</i>. México: Gasca. pp. 61-66</p> <p>Hansen, D. & Mowen, M. (2006). <i>Administración de costos: contabilidad y control</i>. 5a. ed. México: Cengage Learning. pp 746-749.</p>

Observaciones

CARRERA	Licenciatura Internacional en Gastronomía		
ASIGNATURA	Costos de alimentos y bebidas.	SEMESTRE	Tercero
UNIDAD III	Márgenes.		
TEMA	Tipos de costos.	SESIÓN	7
		DURACIÓN	2 Hrs.

OBJETIVO	El alumno analiza las causas de los sobrecostos que existen en las empresas de alimentos y bebidas, para la futura toma de decisiones en su entorno laboral por medio de ejemplos reales.
MATERIALES Y RECURSOS	Marcadores, pizarra, ejercicios para resolver, memorama.
RESUMEN	En los establecimientos de alimentos y bebidas, el almacén suele clasificar sus insumos en alimentos y bebidas. El apropiado manejo de los inventarios, a lo largo del flujo de los materiales desde la compra hasta la elaboración del platillo, evitará la generación del sobre-costo.

ESTRATEGIA DE ENSEÑANZA – APRENDIZAJE	
INDUCCIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> • Pase de lista, • Realimentación clase anterior. • ADA 12 Memorama del almacén. En equipos de cuatro personas, enviar a un miembro para jugar el memorama de clasificación de artículos en un almacén de alimentos y bebidas. Al finalizar ejemplificarán insumos que pueden incluirse en cada clasificación. 	1 min. 9 min. 20 min.
DESARROLLO	
<ul style="list-style-type: none"> • Exposición del profesor. 	30 min.
CIERRE	
<ul style="list-style-type: none"> • Realimentar los conceptos vistos en la clase mediante preguntas y exhortando a los alumnos a que resuman la clase en una palabra. 	10 min.
<ul style="list-style-type: none"> • Realimentación a cada equipo sobre los avances entregados del proyecto. 	50 min.

Bibliografía
Cuevas, F. (2016). <i>Control de costos y gastos en los restaurantes</i> . México: Limusa. pp 45-53.

Observaciones

El memorama se puede hacer relacionando palabras con dibujos.

El equipo ganador de la actividad será el primero en pasar a la realimentación del proyecto.

Durante la exposición se sugiere realizar preguntas sobre el tema, con base en la experiencia que los alumnos tengan en el área de alimentos y bebidas,

CARRERA	Licenciatura Internacional en Gastronomía		
ASIGNATURA	Costos de alimentos y bebidas.	SEMESTRE	Tercero
UNIDAD III	Márgenes.		
TEMA	Conciliación de costos de alimentos y bebidas.	SESIÓN	8
		DURACIÓN	2 Hrs.

OBJETIVO	El alumno elabora un estado de conciliación de costos de alimentos y bebidas, identificando sus partes para la toma de decisiones en un establecimiento.
MATERIALES Y RECURSOS	Proyector, marcadores, pizarra, ejercicios para resolver, imanes, muñeco de papel, internet, computadora.
RESUMEN	A través de la elaboración de la conciliación de costos de alimentos y bebidas, como estado financiero complementario, el usuario podrá determinar el sobre-costo generado en una empresa de alimentos y bebidas, así como, analizar las causas que dieron origen a ello.

ESTRATEGIA DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

INDUCCIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> • Pase de lista. • Realimentación clase anterior. • Dinámica: Dividir el grupo en equipos de 4 personas, para jugar ahorcado. Con los conceptos que se estudiarán en la clase, escribir las líneas de cada letra de la palabra. Por cada letra que adivinen, ésta se escribe en la línea correspondiente. De lo contrario ir colocando una pieza del muñeco. De completarlo pierden. 	<p>1 min. 14 min. 25 min.</p>
DESARROLLO	
<ul style="list-style-type: none"> • Exposición del profesor. • ADA 13 Estado de conciliación de costos de alimentos y bebidas. De manera individual elaborar un estado de conciliación de costos de alimentos y bebidas, compartir en clase sus respuestas para coevaluar. 	<p>20 min. 50 min.</p>
CIERRE	
<ul style="list-style-type: none"> • Realimentar los conceptos vistos en la clase mediante preguntas y solucionar dudas. 	<p>10 min.</p>

Bibliografía

Cuevas, F. (2016). Control de costos y gastos en los restaurantes. México: Limusa. pp 55-70.

Observaciones

Para la dinámica de ahorcados de la sesión 7, se elabora un muñequito de papel con seis piezas desprendibles, que serán el número de veces que pueden equivocarse al tratar de acertar a la letra correcta. Se pueden elaborar equipos de 4 o 5 personas, y elegir un moderador que es quien irá acomodando las piezas o escribiendo las letras adivinadas en la pizarra. De esta manera se propicia la participación de los alumnos.

Entre las palabras que se pueden emplear para la dinámica están: inventario, sobre-costos, merma, costo óptimo, conciliación, cortesías, costo bruto, costo global, análisis.

La presentación para la exposición se encuentra elaborada en Prezi:

http://prezi.com/fgfdk5czv85x/?utm_campaign=share&utm_medium=copy

CARRERA	Licenciatura Internacional en Gastronomía		
ASIGNATURA	Costos de alimentos y bebidas.	SEMESTRE	Tercero
UNIDAD IV	Costeo del menú		
TEMA	Características y costeo del menú.	SESIÓN	9
		DURACIÓN	2 Hrs.

OBJETIVO	El alumno analiza los elementos que influyen en el buen diseño de un menú en establecimientos de alimentos y bebidas, determinando su costo para maximizar las utilidades del negocio.
MATERIALES Y RECURSOS	Proyector, marcadores, pizarra, ejercicios para resolver, computadora.
RESUMEN	Uno de los elementos de mayor importancia dentro de un establecimiento de alimentos y bebidas es el menú. En él se conjugan los diversos elementos de un restaurante y es la carta de presentación de una experiencia culinaria para el comensal. Por lo tanto, el buen diseño del menú repercute de manera directa y positiva en las ventas del establecimiento, junto con el servicio y ambiente del lugar.

ESTRATEGIA DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE	
INDUCCIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> • Pase de lista, • Realimentación clase anterior. • Introducción a la temática de la unidad. 	<p>1 mins.</p> <p>9 mins.</p> <p>10 mins.</p>
DESARROLLO	
<ul style="list-style-type: none"> • Exposición del profesor, primera parte. • ADA 14 El menú. En equipos de cuatro personas, leer las lecturas proporcionadas por el profesor y realizar un sociodrama, el cual se presentará ante la clase. • Exposición del profesor, segunda parte. • ADA 15 Costo del menú. De manera individual calcula el costo del siguiente menú. Comparte en clase tu resultado. • ADA 16 Costeo del menú de mi plan de negocios. Por equipos de proyecto, realizar el costeo de su menú y entregar junto con los avances del proyecto. No presencial. 	<p>15 mins.</p> <p>40 mins.</p> <p>15 mins.</p> <p>10 mins.</p> <p>10 mins.</p>
CIERRE	
<ul style="list-style-type: none"> • Realimentar los conceptos vistos en la clase mediante preguntas y solucionar dudas. 	10 mins.

Bibliografía

Durón, C. (2011). Ingeniería del menú. México: Trillas. pp. 63-70

Cuevas, F. (2016). Control de costos y gastos en los restaurantes. México: Limusa. pp 137-138.

A.A. (2011, mayo). Consultorio gastronómico de Chefuri (XXVIII): calcular el costo de un menú. Recuperado el 2 de abril de 2017

de: <http://blog.chefuri.com/gastronomia/consultorio-gastronomico-de-chefuri-xxviii-calculiar-el-costo-de-un-menu/>

Observaciones

CARRERA	Licenciatura Internacional en Gastronomía		
ASIGNATURA	Costos de alimentos y bebidas.	SEMESTRE	Tercero
UNIDAD V	Planeación de ventas.		
TEMA	Métodos para fijar precios.	SESIÓN	10
		DURACIÓN	2 Hrs.

OBJETIVO	El alumno identifica los diversos modelos de fijación de precios de un producto mediante su ejemplificación, para contribuir a la generación de utilidades en los establecimientos de alimentos y bebidas.
MATERIALES Y RECURSOS	Proyector, marcadores, pizarra, pan de muerto, computadora.
RESUMEN	Uno de las mayores preocupaciones de todo aquel que quiere desarrollar un establecimiento de alimentos y bebidas, es determinar el precio de venta de sus productos, para poder hacer frente a su competencia y generar los rendimientos esperados. Por lo tanto en esta unidad se estudian diversos métodos para la fijación de precios de venta de los productos de un establecimiento de alimentos y bebidas.

ESTRATEGIA DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE	
INDUCCIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> • Pase de lista. • Realimentación clase anterior. • Introducción a la temática de la unidad. 	<p>1 min.</p> <p>14 min.</p> <p>15 min.</p>
DESARROLLO	
<ul style="list-style-type: none"> • ADA 17 Fijación de precios. Estudio de caso. El profesor lleva 2 panes de muertos de diversas panaderías. Los alumnos analizan sus características organolépticas y de calidad. Deben identificar el precio estimado de venta y compararlo con uno elaborado por ellos. Compartir en clase sus conclusiones. • Exposición del profesor. • ADA 18 Precio de venta de mi plan de negocios y avance II. En equipos de proyecto, determinar el precio de venta de los platillos del menú de su plan de negocios, justificándolo por medio de los modelos para fijar precios de venta, así como, determinar el tipo de acción promocional para dar a conocer sus productos. Entregar junto con avances del proyecto. 	<p>30 min.</p> <p>20 min.</p> <p>30 min.</p>
CIERRE	
<ul style="list-style-type: none"> • Realimentar los conceptos vistos en la clase mediante preguntas, exhortarles a expresar en 1 palabra una idea sobre la clase y solucionar dudas. 	10 min.

Bibliografía

Mercado, E. & Iñigo, S. (2016). Costos de alimentos y bebidas 2. México: Gasca. pp 49-56.

Observaciones

Para el estudio de caso se seleccionó el pan de muerto, ya que en el semestre en el cual se imparte la asignatura coincide con la temporada de pan de muerto. Sin embargo, se puede realizar con otra preparación, de preferencia de panadería por ser más económico y fácil de manipular en aula, y que los alumnos hayan elaborado previamente en sus clases de panadería y repostería para que tengan una idea de cuánto cuesta hacerlo de manera individual y así compararlo con otros elaborados a gran escala.

CARRERA	Licenciatura Internacional en Gastronomía		
ASIGNATURA	Costos de alimentos y bebidas.	SEMESTRE	Tercero
UNIDAD III UNIDAD IV UNIDAD V	Márgenes Costeo de menú Planeación de ventas.		
TEMA	Segundo examen parcial	SESIÓN	11
		DURACIÓN	2 Hrs.

OBJETIVO	El alumno responde la prueba objetiva para evaluar el aprendizaje de las unidades III, IV y V.
MATERIALES Y RECURSOS	Prueba objetiva.
RESUMEN	En esta prueba se abordan los conceptos de almacén, sobrecostos, costeo de menú, métodos de fijación de precios y estado de conciliación de alimentos y bebidas.

ESTRATEGIA DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE	
INDUCCIÓN – DESARROLLO – CIERRE	
Aplicación del primer examen parcial.	2 Hrs.

Bibliografía
<p>Cuevas, F. (2016). <i>Control de costos y gastos en los restaurantes</i>. México: Limusa. pp 45-53, 55-70.</p> <p>Durón, C. (2011). <i>Ingeniería del menú</i>. México: Trillas. pp. 63-70</p> <p>Mercado, E. & Iñigo, S. (2016). <i>Costos de alimentos y bebidas 2</i>. México: Gasca. pp 49-56.</p>

Observaciones

CARRERA	Licenciatura Internacional en Gastronomía		
ASIGNATURA	Costos de alimentos y bebidas.	SEMESTRE	Tercero
UNIDAD V	Planeación de ventas.		
TEMA	Canales de distribución.	SESIÓN	12
		DURACIÓN	2 Hrs.

OBJETIVO	El alumno ejemplifica los canales de distribución, para la comercialización de un producto aplicándolo a su plan de negocios.
MATERIALES Y RECURSOS	Proyector, marcadores, pizarra, computadora.
RESUMEN	Después de determinar el precio de venta de un producto, una entidad debe definir los adecuados canales de distribución a través de los cuales hará llegar sus productos al consumidor final. Considerando el uso de la tecnología, es importante incluirla en el estudio de los diversos medios para comercializar los productos y generación de utilidades.

ESTRATEGIA DE ENSEÑANZA – APRENDIZAJE	
INDUCCIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> • Pase de lista, • Realimentación clase anterior. 	1 min. 9 min.
DESARROLLO	
<ul style="list-style-type: none"> • Exposición del profesor. • ADA 19 Acción promocional. En equipos de cuatro personas elaborar un roleplay de los conceptos de acción promocional. 	30 min. 20 min.
CIERRE	
<ul style="list-style-type: none"> • Realimentar los conceptos vistos en la clase mediante preguntas y solucionar dudas. • Revisión final de proyectos y logística de la presentación de los mismos. 	10 min. 50 min.

Bibliografía
<p>GestioPolis.com Experto. (2002, Abril 12). <i>¿Qué es un canal de distribución?</i>. Recuperado el 2 de abril de 2017 de: https://www.gestiopolis.com/que-es-un-canal-de-distribucion/</p> <p>A.A. (2015, mayo). Estrategia de promoción de ventas. Recuperado el 2 de abril de 2017 de: https://www.emprendices.co/estrategia-promocion-ventas/</p>

Ruiz, C. (s.f.). *Crecimiento y formas de desarrollo de la empresa*. Recuperado el 2 de abril de 2017 de: <http://www4.ujaen.es/~cruiz/diplot-4.pdf>

Observaciones

CARRERA	Licenciatura Internacional en Gastronomía		
ASIGNATURA	Costos de alimentos y bebidas.	SEMESTRE	Tercero
UNIDAD VI	Análisis de costos, volumen, ganancias.		
TEMA	Presentación de plan de negocios.	SESIÓN	13
		DURACIÓN	2 Hrs.

OBJETIVO	El alumno diserta su proyecto de inversión ante un panel de expertos, presentando su menú para su degustación y realimentación.
MATERIALES Y RECURSOS	Proyector, productos a presentar, mesas de apoyo, cocina demo, vajillas, computadora.
RESUMEN	Como parte de la formación del profesional de gastronomía, es importante que demuestre sus habilidades para promover sus productos ante un público determinado. Por lo tanto, la presentación de su proyecto, ante un grupo de expertos es una buena oportunidad para poner de manifiesta sus destrezas y conocimientos sobre gastronomía y costos.

ESTRATEGIA DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE	
INDUCCIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> • Pase de lista. • Presentación de los invitados. 	<p>1 min. 5 min.</p>
DESARROLLO	
<ul style="list-style-type: none"> • ADA 20 Presentación del plan de negocios. Presentación de los equipos y realimentación por parte de los expertos. 	90 min.
CIERRE	
<ul style="list-style-type: none"> • Realimentación final por parte de los invitados, mediante consejos. • ADA 21 Video de autoevaluación. Por equipos de proyecto, realizar un video de autoevaluación y entregar al correo institucional. La duración del video debe ser de 3 a 5 minutos y podrán ayudarse de la guía de autoevaluación. No presencial. 	<p>10 min. 14 min.</p>

Bibliografía
No aplica.

Observaciones
Se sugiere invitar a cuando menos tres expertos en las áreas de emprendedores, gastronomía y/o administración. El tiempo estimado de presentación es de 20 minutos por equipo. Es necesario prever el lugar de la presentación con anticipación.

CARRERA	Licenciatura Internacional en Gastronomía		
ASIGNATURA	Costos de alimentos y bebidas.	SEMESTRE	Tercero
UNIDAD VI	Análisis de costos, volumen, ganancias.		
TEMA	Modelo costo, volumen, utilidad.	SESIÓN	14
		DURACIÓN	2 Hrs.

OBJETIVO	El estudiante analiza el modelo costo-volumen-ganancias en un establecimiento de alimentos y bebidas para seleccionar los recursos que contribuyan a generar ganancias por medio de la planificación a gran escala.
MATERIALES Y RECURSOS	Vídeo, proyector, bocinas, cuestionario, computadora.
RESUMEN	El modelo costos, volumen, utilidad es una herramienta empleada para planear y tomar de decisiones en una entidad. Las variaciones en el volumen de producción y venta determinaran las utilidades o pérdidas que una empresa pueda tener.

ESTRATEGIA DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE	
INDUCCIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> • Pase de lista. 	1 min.
<ul style="list-style-type: none"> • Realimentación del proyecto. 	14 min.
<ul style="list-style-type: none"> • Relacionar el tema con el tema de punto de equilibrio. 	15 min.
DESARROLLO	
<ul style="list-style-type: none"> • ADA 22 Cuestionario de costos, volumen y ganancias. Responder de manera individual las preguntas del cuestionario. Compartir en plenaria los comentarios. 	30 min. 50 min.
<ul style="list-style-type: none"> • ADA 23 Producción a gran escala. Estudio de caso: Eventos a gran escala. Observar el video: Behind de bash y comparar con los conceptos del cuestionario. Compartir de manera individual con el resto de la clase. 	
CIERRE	
<ul style="list-style-type: none"> • Realimentar los conceptos vistos en la clase mediante preguntas, solucionar dudas. 	10 min.

Bibliografía
<p>Cuevas, F. (2016). Control de costos y gastos en los restaurantes. México: Limusa. pp 95-96, 130-133.</p> <p>Gómez, G. (2001, Enero 11). <i>La administración del capital de trabajo</i>. Recuperado el 2 de abril de 2017 de https://www.gestiopolis.com/administracion-capital-trabajo/</p>

[GestioPolis.com](https://www.gestiopolis.com) Experto. (2002, Marzo 2). *¿Qué es una inversión?*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/que-es-una-inversion/>
Portas, N. (2003, Noviembre 2). *Gestión de pagos y cobranzas*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/gestion-de-pagos-y-cobranzas/>
Gómez, G. 2001, Enero 11). *Definición y cálculo del interés*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/definicion-calculo-interes/>

Observaciones

Se puede emplear algún otro vídeo en el cual los alumnos puedan observar el proceso de producción a gran escala, y sus implicaciones.
El video se encuentra en inglés por lo que se sugiere contextualizar al grupo antes o durante la proyección haciendo algunas pausas.

CARRERA	Licenciatura Internacional en Gastronomía		
ASIGNATURA	Costos de alimentos y bebidas.	SEMESTRE	Tercero
UNIDAD VII	Análisis de estrategias.		
TEMA	Estrategias de mercadotecnia.	SESIÓN	15
		DURACIÓN	2 Hrs.

OBJETIVO	El alumno reconoce las estrategias de mercadotecnia empleadas para la toma de decisiones, que contribuyan a generar utilidades en un establecimiento de alimentos y bebidas, por medio de su análisis.
MATERIALES Y RECURSOS	Video, proyector, crucigrama, papel bond, marcadores, computadora.
RESUMEN	El llegar a ser un negocio exitoso, depende de muchos factores y sobre todo de una adecuada administración. No se puede dejar de lado, algunos factores como seguir ciertas normas técnicas que otorguen un prestigio al establecimiento, así como minimizar costos, reducir procesos y conocer los mercados en los cuales una entidad puede comercializar sus productos.

ESTRATEGIA DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE	
INDUCCIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> • Pase de lista. • Introducción al tema. 	<p>1 min.</p> <p>10 min.</p>
DESARROLLO	
<ul style="list-style-type: none"> • Exposición del profesor. • ADA 24 Mercados. En equipos de 4 personas leer el tema de mercados y elaborar un cuadro sinóptico en un papel bond y resolver el crucigrama. Compartir en clase. • ADA 25 Logística en el restaurante. En equipos de 4 personas leer el tema: logística en el restaurante y elaborar un diagrama de flujo etapas que intervienen en ella. Compartir en plenaria. 	<p>20 min.</p> <p>30 min.</p> <p>30 min.</p>
CIERRE	
<ul style="list-style-type: none"> • Realimentar los conceptos vistos en la clase mediante preguntas, solucionar dudas. 	10 min.

Bibliografía
Esterski, J. (s.f). <i>Reducir costos de un restaurante</i> . Recuperado el 2 de abril de 2017 de: http://restaurantelleno.com/reducir-costos-de-restaurante.html

Al por mayor. (s.f.). *Logística en un restaurant*. Recuperado el 2 de abril de 2017 de: <http://www.alpormayor.ws/logistica/servicios/logistica-restaurant.html>

Panorama supply. (2016, junio 26). *¿Cuál es la logística de un restaurante de un hotel?*. Recuperado el 2 de abril de 2017 de:

<http://elcomercio.pe/suplementos/comercial/panorama-supply/como-se-desarrolla-logistica-restaurant-hotel-1002236>

González, M. (2002, Julio 20). *Concepto de mercado y sus tipos*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/concepto-mercado-tipos/>

A.A. (s.f.). *Fuentes de información*. Recuperado el 2 de abril de 2017 de: http://www3.uah.es/bibliotecaformacion/BPOL/FUENTESDEINFORMACION/normas_tcnicas.html

Observaciones

--

CARRERA	Licenciatura Internacional en Gastronomía		
ASIGNATURA	Costos de alimentos y bebidas.	SEMESTRE	Tercero
UNIDAD V UNIDAD VI UNIDAD VII	Planeación de ventas. Análisis de costos, volumen, ganancias. Análisis de estrategias.		
TEMA	Tercer examen parcial.	SESIÓN	16
		DURACIÓN	2 Hrs.

OBJETIVO	El alumno responde la prueba objetiva para evaluar el aprendizaje de las unidades V, VI y VII.
MATERIALES Y RECURSOS	Prueba objetiva.
RESUMEN	En esta prueba se abordan los conceptos de canales de distribución, promociones, producción a gran escala, mercados, aprovechamiento de recursos y logística.

ESTRATEGIA DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE	
INDUCCIÓN – DESARROLLO – CIERRE	
Aplicación del primer examen parcial.	2 Hrs.

Bibliografía
<p><u>GestioPolis.com</u> Experto. (2002, Abril 12). <i>¿Qué es un canal de distribución?</i>. Recuperado el 2 de abril de 2017 de: https://www.gestiopolis.com/que-es-un-canal-de-distribucion/</p> <p>A.A. (2015, mayo). Estrategia de promoción de ventas. Recuperado el 2 de abril de 2017 de: https://www.emprendices.co/estrategia-promocion-ventas/</p> <p>Ruiz, C. (s.f.). <i>Crecimiento y formas de desarrollo de la empresa</i>. Recuperado el 2 de abril de 2017 de: http://www4.ujaen.es/~cruiz/diplot-4.pdf</p> <p>Cuevas, F. (2016). Control de costos y gastos en los restaurantes. México: Limusa. pp 95-96, 130-133.</p> <p>Gómez, G. (2001, Enero 11). <i>La administración del capital de trabajo</i>. Recuperado el 2 de abril de 2017 de https://www.gestiopolis.com/administracion-capital-trabajo/</p> <p><u>GestioPolis.com</u> Experto. (2002, Marzo 2). <i>¿Qué es una inversión?</i>. Recuperado de https://www.gestiopolis.com/que-es-una-inversion/</p> <p>Portas, N. (2003, Noviembre 2). <i>Gestión de pagos y cobranzas</i>. Recuperado de https://www.gestiopolis.com/gestion-de-pagos-y-cobranzas/</p> <p>Gómez, G. 2001, Enero 11). <i>Definición y cálculo del interés</i>. Recuperado de https://www.gestiopolis.com/definicion-calculo-interes/</p>

Esterski, J. (s.f). *Reducir costos de un restaurante*. Recuperado el 2 de abril de 2017 de: <http://restaurantelleno.com/reducir-costos-de-restaurante.html>

Al por mayor. (s.f.). *Logística en un restaurant*. Recuperado lel 2 de abril de 2017 de: <http://www.alpormayor.ws/logistica/servicios/logistica-restaurante.html>

Panorama supply. (2016, junio 26). *¿Cuál es la logística de un restaurante de un hotel?*. Recuperado el 2 de abril de 2017 de:

<http://elcomercio.pe/suplementos/comercial/panorama-supply/como-se-desarrolla-logistica-restaurante-hotel-1002236>

González, M. (2002, Julio 20). *Concepto de mercado y sus tipos*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/concepto-mercado-tipos/>

A.A. (s.f.). *Fuentes de información*. Recuperado el 2 de abril de 2017 de: http://www3.uah.es/bibliotecaformacion/BPOL/FUENTESDEINFORMACION/normas_tcnicas.html

Observaciones

Actividades de aprendizaje

UNIDAD I	Introducción a los costos de alimentos y bebidas.	SESIÓN	1
OBJETIVO	El alumno ejemplifica las etapas del proceso administrativo, por medio de la creación de una empresa ficticia.		

ADA 1 Empresa de alimentos y bebidas.

Instrucciones:

En equipos de cuatro personas, elaborar un prototipo de una empresa de alimentos y bebidas, que incluya: nombre, giro, desarrollo del concepto, plasmarlo en un papel bond y presentarlo en la clase.

Producto: Cartel y presentación oral.

Duración de la actividad: 40 minutos.

Tiempo para elaborar el cartel: 20 minutos

Tiempo para presentar el producto: 5 minutos por equipo.

Tiempo de entrega: Durante la sesión.

UNIDAD I	Introducción a los costos de alimentos y bebidas.	SESIÓN	1
OBJETIVO	El alumno identifica las etapas del proceso administrativo, por medio de su descripción de sus características en un cuadro comparativo.		

ADA 2 Proceso administrativo.

Instrucciones:

De manera individual elabora un cuadro comparativo de las fases del proceso administrativo. No presencial.

Producto: Cuadro comparativo de manera digital con nombre del alumno.

Duración de la actividad: 1 hora.

Tiempo de entrega: El mismo día de la sesión antes de las 24 horas.

UNIDAD I	Introducción a los costos de alimentos y bebidas.	SESIÓN	1
OBJETIVO	El alumno desarrolla un plan de negocios, aplicando los conceptos de la asignatura costos de alimentos y bebidas, así como de otras asignaturas del área gastronómica.		

ADA 3 Plan de negocios

Instrucciones:

En equipos de cuatro personas desarrollar un proyecto de una empresa de alimentos y bebidas, con base en los lineamientos que se presentan a continuación.

PROYECTO: CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

ASIGNATURA: COSTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS.

1. Como parte de la asignatura de Costos de alimentos y bebidas, en equipos de cuatro personas, desarrollarán una empresa de alimentos y bebidas en la cual pondrán en práctica todas las habilidades obtenidas durante estos tres semestres de su carrera. Como característica particular, la empresa deberá cumplir la siguiente característica:
 - Generar un impacto en la sociedad por ejemplo: uso de productos de pequeños productores, apoyo a algún programa social, uso de productos mexicanos, uso de materiales reciclables, sustentabilidad, etc.
 - El proyecto se presentará ante un jurado de invitados en la sesión número 11 del semestre. Podrán hacer uso de recursos audiovisuales.
 - Deberán presentar una muestra de los productos a vender.
 - Entregar un documento electrónico conteniendo la información que se enlista más abajo y realizar un video de autoevaluación.
 - Las fechas de entrega de estos dos últimos elementos se designará en el transcurso de las sesiones.
 - Se entregarán dos adelantos del documento electrónico los cuales formarán parte de la calificación.
2. Entregar un trabajo escrito de manera electrónica en formato PDF, conteniendo los siguientes elementos.
 - Portada
 - Índice
 - a) Planteamiento.
 - Antecedentes del negocio.

Describir el concepto del establecimiento. (qué hace, cómo opera, que ventajas ofrece al mercado...)

b) Aspectos de identidad del negocio.

Misión u objetivo general de la empresa. La razón de ser del negocio.

Visión. Cómo se ve la empresa a largo plazo.

Valores. Enlista las convicciones sobre las que opera el negocio.

Nombre, logo, lema.

c) Aspectos de mercadotécnica.

- Descripción de los productos a vender.
 - Definir el mercado meta. Describe detalladamente el perfil de tus compradores; considera el sexo, la edad, clase social, nivel socioeconómico, zona donde vive o donde frecuenta, su estilo de vida, comportamiento ante productos similares; si tus clientes son empresas, detalla su giro, tamaño, zona geográfica, tipo de operaciones, y volúmenes de compra.
 - Precio. Determina el precio de venta de los productos justificándolo con base en los diferentes enfoques.
 - Canal de distribución. PUNTO (Escribe en qué lugares se puede encontrar tu producto) MODOS (Describe de qué manera haces llegar tu producto hasta el comprador final; señala si tienes intermediarios, vendes en tu propia tienda, vendes por internet, o cualquier método que utilices) ESTRATEGIAS DE INICIO Y CRECIMIENTO (Escribe cómo se va a comercializar tu producto en un inicio, y la manera en la que el sistema de comercialización irá creciendo). COMPETENCIA. Ventajas y desventajas sobre la competencia.
- d) Imagen del negocio. Descripción del menú y fotos de los productos a vender.
- e) Recursos Humanos. Definir la organización del negocio, número de empleados y funciones de cada uno.
- f) Equipamiento. Describe el equipo y herramientas que necesitas para la realización del negocio. Fotos, número de unidades y precio.
- g) Determinación del costeo del menú. Elaboración de la receta estándar de cada producto, así como del monto de la inversión inicial.
- h) Determinación del punto de equilibrio.
- i) Estudio financiero. Proyección de escenarios financieros probables. Presupuesto de ingresos contra gastos. Definir el tiempo de recuperación de la inversión.

3. Realizar una bitácora de trabajo, la cual se enviará al email institucional junto con los avances.
4. Presentar el proyecto ante una mesa de invitados junto con el menú que proponen para su degustación.
5. Realizar un video de autoevaluación y enviar vía email.

6. Rúbrica de evaluación.

Rúbrica para evaluar el proyecto de inversión de la materia Costos de alimentos y bebidas.

Elaborado por: Juan Pablo Herrera Canché.

Categoría	Excelente 4 puntos	Bueno 3 puntos	Suficiente 2 puntos	Deficiente 1 punto
Proyecto.	Presenta su proyecto completo en formato digital, sin faltas de ortografía.	Presenta su proyecto completo en formato digital, con no más de cinco faltas de ortografía.	Presenta su proyecto completo en formato digital, con más de cinco faltas de ortografía.	Presenta su proyecto incompleto en formato digital, con más de cinco faltas de ortografía.
Impacto social	Aporta más de un beneficio a la sociedad con objetivos claros y de interés común.	Aporta un beneficio a la sociedad pero carece de objetivos definidos.	Aporta un beneficio a la sociedad pero depende de una asociación civil.	Carece de aportación a la sociedad.
Recetario	Presenta su recetario completo, con imágenes de la elaboración y correctamente costeado.	Presenta su recetario completo, con imágenes de la elaboración y con no más de un error en el costeo.	Presenta su recetario incompleto, con imágenes de la elaboración y con no más de un error en el costeo.	Presenta su recetario incompleto con más de un error en el costeo.
Menú	El contenido de la carta es atractivo y consistente con el concepto del establecimiento. Describe todos los platillos claramente en no más de diez palabras.	El contenido de la carta es atractivo y consistente con el concepto del establecimiento. La descripción de los platillos es clara, usa más de diez palabras en más de un platillo.	El contenido de la carta es poco atractivo, consistente con el concepto del establecimiento. No describe algún platillo.	El contenido de la carta es poco atractivo e inconsistente con el concepto del lugar. No describe los platillos.
Creatividad	El concepto del establecimiento es novedoso. Presenta al menos una propuesta atractiva.	El concepto del establecimiento es novedoso. No presenta ninguna propuesta atractiva.	El concepto del establecimiento no es novedoso pero presenta alguna propuesta atractiva.	El concepto del establecimiento no es novedoso ni ofrece alguna propuesta atractiva.
Determinación del nivel de producción.	Usó y aplicó correctamente los conocimientos de asignaturas anteriores o paralelas para determinar su nivel óptimo de producción.	Usó y aplicó con no más de un error, los conocimientos de asignaturas anteriores o paralelas para determinar el nivel de producción.	Usó y aplicó incorrectamente los conocimientos de asignaturas anteriores o paralelas.	La determinación de su nivel de producción no tiene un fundamento teórico.
Fijación de precios de venta	Define claramente su metodología para determinar el precio de sus productos.	Define su metodología para determinar el precio de sus productos con no más de una inconsistencia.	Presenta una política para fijar precios incorrectamente.	No justifica la determinación de precios de sus productos.
Técnica y Sabor	Todos los platillos presentados estaban correctamente elaborados y balanceados.	No más de un platillo presenta errores de ejecución y balance de sabor.	No más de dos platillos presentan errores de ejecución y balance de sabor.	Más de dos platillos presentan errores de ejecución y balance de sabor.
Marketing	Define y usa con destreza más de una TIC's y medios convencionales para comercializar su producto.	Define y usa con algunas dificultades más de una TIC's y algún medio convencional para la comercialización de su producto.	Usa solo una TIC's para la comercialización de sus productos.	Usa solamente medios convencionales para la comercialización de sus productos.
Presentación de los platillos.	El montaje de los productos para su venta es atractivo y consistente con el concepto del lugar.	El montaje de los productos para su venta es atractivo, con no más de una inconsistencia con el concepto del lugar.	El montaje de los productos para su venta es atractivo, con no más de dos inconsistencias con el concepto del lugar.	El montaje de los productos no es atractivo ni consistente con el concepto del lugar.
Presentación del proyecto.	La presentación fue atractiva para la audiencia, maneja bien el tiempo y responde con seguridad a las preguntas que se le hacen.	La presentación fue atractiva para la audiencia, no tiene control del tiempo pero responde con seguridad a las preguntas que se le hacen.	La presentación es poco atractiva para la audiencia, no tiene control del tiempo pero responde con seguridad a las preguntas que se le hacen.	La presentación es poco atractiva para la audiencia, no tiene control del tiempo. Responde deficientemente a las preguntas que se le hacen.

7. Guía de autoevaluación



Como punto final del proyecto, por equipo elaborarán un video autoevaluando el proyecto que hicieron. Para ello pueden ayudarse de algunas o todas de las preguntas enlistadas en la parte inferior. Pueden participar todos o solo uno de los integrantes de cada equipo. El video se puede realizar de manera informal con ayuda del celular y enviar al correo institucional juan_herreraca@my.uvm.edu.mx en formato mp4 o alguno que sea general, a más tardar en la sesión 12 a las 23.50 horas.

1. Presentarse. (Empresa)
2. ¿Aplicaste temas vistos en la clase de costos y/o en otras asignaturas? Ejemplo.
3. ¿Cómo se dividieron las tareas?
4. ¿Hubo algún jefe de grupo en el equipo?
5. ¿Qué problemas enfrentaron para la realización de este proyecto?
6. ¿Cómo los solucionaron?
7. ¿Qué cambios sugieres para mejorar la elaboración del proyecto?
8. ¿Qué parte eliminarías del proyecto o consideras poco relevante?
9. Comentarios adicionales.

¡Gracias por tus comentarios!

Producto: Plan de negocios de manera digital, degustación y presentación oral.

Duración de la actividad: La actividad se realizará durante el semestre.

Tiempo de entrega:

Primer Avance: Sesión 5, incisos a, b, c, d, e.

Segundo Avance: Sesión 10, incisos f, g, h, i.

Entrega final: Sesión 13.

Presentación y degustación: Sesión 13.

UNIDAD II	Gastos, costos, control.	SESIÓN	2
OBJETIVO	El alumno diferencia los conceptos costos de gastos, por medio de una analogía con una bolsa de estroza.		

ADA 4 Costos del producto.

Instrucciones:

De manera individual, elabora una bolsa de papel estroza y posteriormente compartir en clase identificando los conceptos de costo, gasto, materia prima, mano de obra, costos indirectos.

Producto: Bolsa de papel estroza.

Duración de la actividad: 40 minutos

Tiempo para elaborar la bolsa: 10 minutos.

Tiempo para presentar sus conclusiones: 20 minutos.

Fecha de entrega: Durante la sesión.

UNIDAD II	Gastos, costos, control.	SESIÓN	2
OBJETIVO	El alumno identifica las características de los costos y gastos, clasificando ejemplos de los mismos.		

ADA 5 Costos Vs. Gastos.

Instrucciones:

Resolver de manera individual los ejercicios siguientes y compartir con la clase al finalizar la actividad.

- A) El Chef Roberto es el encargado de una panadería en el centro de Mérida, el día de hoy elaborará unos panes, en los cuales se invierte 2 horas de preparación. Para dicha preparación usará un horno electrónico de convección a gas de última generación. Dicha preparación la realizará su ayudante de panadería. La receta se presenta a continuación:

Bollitos

Ingredientes

500 grs. de harina
 10 grs. de levadura
 5 grs. de sal
 300 grs. de leche
 1 huevo para barnizar
 Aceite en Cantidad suficiente
 Harina para espolvorear

Procedimiento

El ayudante decide realizar la mise en place de sus ingredientes y procede a mezclar la harina con la levadura. Agrega la sal, la integra y posteriormente añade la leche y amasa hasta obtener una masa lisa. La deja reposar en un bowl con un poco de aceite.

Después la desgasifica, la porciona con un cuchillo y forma las figuras. Las dispone en una charola con un poco de harina espolvoreada, las deja leudar, las barniza con huevo y las hornea a 180°C por 15 minutos.

MATERIA PRIMA	MANO DE OBRA DIRECTA	COSTOS INDIRECTOS

B) Enseguida se muestran determinadas erogaciones de la empresa. Indica el nombre del costo o del gasto, según el concepto al que corresponda.

CONCEPTO	COSTO-GASTO
1. Sueldo del panadero.	
2. Pago de publicidad.	
3. Cena gratuita para periodistas.	
4. Compra de harina.	
5. Pago del gas.	
6. Compra de langostas.	
7. Compra de frijoles.	
8. Honorarios del contador.	
9. Pago de luz y agua de la cocina.	
10. Pago de las Hostess.	
11. Compra de vino francés.	
12. Compra de útiles de oficina.	

Producto: Ejercicios resueltos.

Duración de la actividad: 20 minutos.

Fecha de entrega: Durante la sesión.

UNIDAD II	Gastos, costos, control.	SESIÓN	2
OBJETIVO	El alumno identifica los conceptos de costo y gasto, describiendo en un cuadro sinóptico las características y clasificación de cada concepto.		

ADA 6 Clasificación de costos y gastos.

Instrucciones:

Elabora de manera individual un cuadro sinóptico de los conceptos de costo, gasto, materia prima, mano de obra, costos indirectos en el cual se incluyan la definición y ejemplos de cada uno de los conceptos. Enviarlo al e-mail institucional.

Producto: Cuadro sinóptico de manera digital.

Duración de la actividad: 15 minutos.

Fecha de entrega: Durante la sesión.

UNIDAD II	Gastos, costos, control.	SESIÓN	3
OBJETIVO	El alumno determina el nivel mínimo de producción de un producto, aplicando la fórmula de punto de equilibrio para resolver ejercicios relativos al tema.		

ADA 7 Atínale al precio.

Instrucciones:

Parte I. En equipos de cuatro personas determinar el precio de los insumos de una receta por medio del juego “atínale al precio” que se muestra en la presentación.

Parte II. En los mismos equipos determinar el costo unitario de una receta, el punto de equilibrio de la misma y la gráfica correspondiente.

Parte III. Los equipos no ganadores deberán investigar una receta y realizar el costeo y cálculo del punto de equilibrio, enviar al correo institucional y compartir en la siguiente sesión las recetas que hayan investigado y sus resultados. **No Presencial.**

CONCEPTOS	PARTE I	PARTE II	PARTE III
Producto	Lista de precios de los ingredientes mencionados.	Ejercicio resuelto y gráfica de punto de equilibrio.	Ejercicio resuelto y gráfica de punto de equilibrio.
Tiempo de entrega	Durante la sesión	Durante la sesión	Sesión 4
Tiempo de elaboración	20 mins.	40 mins.	15 mins.

UNIDAD II	Gastos, costos, control.	SESIÓN	4
OBJETIVO	El alumno identifica el procedimiento para la determinación del punto de equilibrio de una mezcla de productos, aplicándolo a la resolución de ejercicios relativos al tema.		

ADA 8 Punto de equilibrio múltiple.

Instrucciones:

En equipos de proyecto resolver el rompecabezas que proporciona el profesor, en él encontrarás una parte del procedimiento que se requiere seguir para determinar el punto de equilibrio múltiple. Posteriormente compartir en clase, establecer el orden del procedimiento y aplicarlo a la resolución de un problema con los resultados de la **ADA 7**.

Producto: Ejercicio resuelto en la pizarra.

Duración de la actividad: 80 minutos.

Tiempo de entrega: Durante la sesión.

UNIDAD II	Gastos, costos, control.	SESIÓN	5
OBJETIVO	El alumno aplica el procedimiento de punto de equilibrio de una mezcla de productos, para resolver ejercicios relativos al tema de punto de equilibrio múltiple.		

ADA 9 Punto de equilibrio unitario y por mezcla de productos.

Instrucciones:

- A) Calcular el punto de equilibrio para el siguiente producto y elaborar la gráfica.

HOJALDRA DE JAMÓN Y QUESO.			
Rendimiento	2 piezas	Tiempo de elaboración	1 hora
Temperatura de horno	200° C	Tiempo de horneado	20 min.
Ingredientes		Lista de precios	
750 grs. de harina. 250 grs. de manteca vegetal. 350 ml de agua 5 grs. de sal 250 grs. de jamón americano. 200 grs. de queso Daysi. 45 grs. de azúcar.		1 Bolsa de harina 45 Kg. de harina \$438.00 1 Caja de manteca vegetal 8 Kg. \$320.00 750 grs. de Sal \$ 7.00 Barra de Jamón Americano 5.400 Kg. \$ 495.00 Barra de Queso Daysi 3.200 Kg. \$340.00 Bolsa de azúcar 50 Kg. \$532.00 Agua purificada 20 Lt. \$26.00	
Información adicional			
<ul style="list-style-type: none"> ✓ EL horno consume \$30.00 de gas por hora de trabajo. ✓ El sueldo del panadero que elabora la hojaldra es de \$7,000.00 mensuales (considerar mes 30 días, jornada de trabajo 8 horas). ✓ El precio de venta del producto será cuatro veces el costo unitario del producto. ✓ Los costos fijos del mes son los siguientes: ✓ La depreciación del equipo de cocina del mes es de \$8,500.00. ✓ El sueldo del chef pastelero del lugar es de \$15,000.00 mensuales. ✓ La renta del local es de \$2,000.00 mensuales. 			

B) Determina el punto de equilibrio múltiple de los siguientes productos con la siguiente información. Para el producto hojaldra de jamón y queso se tomará la información calculada en el inciso A de la actividad, así como el importe de los costos fijos.

PRODUCTO	COSTO VARIABLE	PROYECCION DE VENTAS SEMANAL	PRECIO DE VENTA UNITARIO
CONCHITAS	\$2.00	280 piezas	\$6.00
CUERNITOS	\$1.50	300 piezas	\$4.50
CUELLOS	\$1.80	250 piezas	\$4.00
BOLITAS DE QUESO	\$1.00	500 piezas	\$5.00
HOJALDRA DE JAMON Y QUESO	\$	14 piezas	\$

Producto: Ejercicio resuelto.

Duración de la actividad. 80 minutos.

Tiempo de entrega: Durante la sesión.

UNIDAD II	Gastos, costos, control.	SESIÓN	5
OBJETIVO	El alumno aplica el procedimiento de punto de equilibrio múltiple, para determina la mezcla de productos de su plan de negocios.		

ADA 10 Punto de equilibrio de mi plan de negocios.

Instrucciones:

En equipos de proyecto, determinar la mezcla de productos de la empresa que están desarrollando correspondiente al ADA 3.

Producto: Ejercicio resuelto y anexado al avance del plan de negocios del ADA 3.

Duración: 1 hora.

Tiempo de entrega: Durante la sesión 5.

UNIDAD II	Gastos, costos, control.	SESIÓN	5
OBJETIVO	El alumno desarrolla un plan de negocios, aplicando los conceptos de la asignatura costos de alimentos y bebidas, así como de otras asignaturas del área gastronómica.		

ADA 11 Avance 1 del plan de negocios.

Instrucciones:

En equipos de proyecto, entregar de manera digital los avances del plan de negocios incisos a, b, c, d, y e, descritos en el ADA 3. Enviarlos de manera digital al correo institucional.

Producto: Avance del plan de negocios de manera digital.

Duración: 2 hora.

Tiempo de entrega: Durante la sesión 5.

UNIDAD III	Márgenes.	SESIÓN	7
OBJETIVO	El alumno ejemplifica los diversos insumos que conforman un almacén en un establecimiento de alimentos y bebidas, identificando aquellos que dan origen al sobre costo en las empresas.		

ADA 12 Memorama del almacén

Instrucciones:

Cada equipo de proyecto, enviará a un miembro para jugar el memorama de clasificación de artículos en un almacén de alimentos y bebidas. Al finalizar ejemplificarán diversos insumos que pueden incluirse en cada clasificación.

Producto: Ejemplos expresados de manera oral.

Duración de la actividad: 20 minutos.

Tiempo de entrega: Durante la sesión.

UNIDAD III	Márgenes.	SESIÓN	8
OBJETIVO	El alumno determina el sobrecosto en una empresa de alimentos y bebidas, aplicando el estado de conciliación de alimentos y bebidas.		

ADA 13 Estado de conciliación de costos de alimentos y bebidas.

Instrucciones:

De manera individual elaborar el estado de conciliación de costos de alimentos y bebidas del ejercicio que se presenta a continuación, compartir en clase sus respuestas para coevaluar.

Determina el porcentaje de costo óptimo de los siguientes alimentos, el análisis del costo bruto y la conciliación de alimentos de la empresa BBT's, con la siguiente información.

Nombre de la empresa: BBT

Periodo: AGOSTO, 2016

PLATILLOS	UNIDADES VENDIDAS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	PRECIO DE VENTA	VENTA TOTAL	PORCENTAJE
FULL MONTY	1500	\$50		\$210		
HAMBURGUESA CON CHAMPIÑONES	850	\$65		\$165		
BROWNIE CON HELADO	250	\$30		\$110		
TOTAL						

Información para el estado de conciliación de alimentos y bebidas.			
Inventario Inicial	\$19,000	Inventario final Cocina	\$ 6,000
Almacén	\$12,000	Comida de personal	\$ 2,000
Cocina	\$ 6,000	Alimentos Ejecutivos	\$ 1,000
Compras	\$ 140,000	Cortesías a clientes	\$ 1,800
Inventario final Almacén	\$ 10,000	Ventas del mes	\$ 450,000
		Mermas	\$2,000

Producto: Ejercicio resuelto.

Duración de la actividad: 50 minutos.

Tiempo de entrega: Durante la sesión.

UNIDAD IV	Costeo del menú.	SESIÓN	9
OBJETIVO	El alumno identifica las características para el diseño de un buen menú, describiéndolas mediante la realización de un roleplay.		

ADA 14 El menú.

Instrucciones:

En equipos de cuatro personas, leer las lecturas proporcionadas por el profesor: el menú, el diseño de la carta, redacción de la carta, y normas para la confección de la carta. Posteriormente, realizar un sociodrama el cual se presentará ante la clase, ejemplificando el contenido de las lecturas.

Producto: Ejemplos mencionados en el sociodrama.

Duración de la actividad: 40 minutos.

Tiempo de entrega: Durante la sesión.

UNIDAD IV	Costeo del menú.	SESIÓN	9
OBJETIVO	El alumno determina el costo de un menú, aplicando el procedimiento de costo de menú promedio, más barato y más caro.		

ADA 15 Costo del menú.

Instrucciones:

De manera individual calcula el costo del siguiente menú. Comparte en clase tu resultado.

ENTRADA		PLATO FUERTE		POSTRE	
Nachos	\$30.00	Lomo de cerdo en salsa de pimienta.	\$70.00	Helado de pistache	\$43.00
Dedos de queso	\$28.00	Pechuga de pollo en salsa de tamarindo.	\$68.00	Pastel de chocolate	\$45.00
Papas fritas	\$20.00	Sirloin al grill	\$80.00	Strudel de pera	\$40.00

Costo promedio	
Costo del menú más barato	
Costo del menú más caro	

Producto: Ejercicio resuelto.

Duración de la actividad: 10 minutos.

Fecha de entrega: Durante la sesión.

UNIDAD IV	Costeo del menú.	SESIÓN	9
OBJETIVO	El alumno determina el costo del menú de su plan de negocios, aplicando el procedimiento de costo de menú promedio, más caro y más barato.		

ADA 16 Costeo del menú de mi plan de negocio.

Instrucciones:

Por equipos de proyecto, realizar el costeo del menú de la empresa de su proyecto descrito en el ADA 3 y entregar junto con los avances del proyecto correspondiente a los incisos f, g, h, i.

Producto: Plan de negocios de manera digital, incisos f, g, h, i.

Duración de la actividad: 2 horas.

Segundo Avance: Sesión 10, incisos f, g, h, e i.

UNIDAD V	Planeación de ventas.	SESIÓN	10
OBJETIVO	El alumno analiza los diversos factores que influyen en la determinación del precio de venta de un producto, mediante el estudio de caso de un producto de panificación.		

ADA 17 Fijación de precios.

Instrucciones:

Estudio de caso. El profesor lleva dos panes de muerto de diversas panaderías. Sin mencionar a los alumnos el origen de los panes, estos deberán analizar sus características organolépticas y de calidad. Posteriormente, deben identificar el precio de venta, el costo estimado de producción y compararlo con uno elaborado por ellos. Compartir en clase sus conclusiones.

Producto: Síntesis de los conceptos estudiados escritos en la pizarra.

Duración de la actividad. 30 minutos.

Tiempo de entrega: Durante la sesión.

UNIDAD V	Planeación de ventas.	SESIÓN	10
OBJETIVO	<p>El alumno fija los precios de venta de sus productos del plan de negocios, definiendo los modelos de fijación de precios empleados para ello.</p> <p>El alumno desarrolla un plan de negocios, aplicando los conceptos de la asignatura costos de alimentos y bebidas, así como de otras asignaturas del área gastronómica.</p>		

ADA 18 Precio de venta del menú de mi plan de negocios y avance II.

Instrucciones:

En equipos de proyecto, determinar el precio de venta de los platillos del menú de su plan de negocios, justificándolo por medio de los modelos para fijar precios de venta, así como, determinar el tipo de acción promocional para dar a conocer sus productos. Entregar junto con avances del proyecto correspondientes a la sesión 9 de manera digital al correo institucional.

Producto: Plan de negocios en formato digital.

Duración de la actividad: 30 minutos.

Tiempo de entrega: Sesión 10 a más tardar a las 23.50 horas.

UNIDAD V	Planeación de ventas.	SESIÓN	12
OBJETIVO	El alumno identifica los diversos tipos de acción promocional para un producto, describiendo sus características mediante un role play.		

ADA 19 Acción promocional.

Instrucciones:

En equipos de cuatro personas elaborar un roleplay de los conceptos de acción promocional: Regalos directos, entrega de productos gratis, concursos, envases promocionales, promociones de personalidad. Después de cada presentación los alumnos identificarán el tipo de acción promocional presentado.

Producto: Ejemplos expresados en el sociodrama.

Duración de la actividad: 20 minutos.

Fecha de entrega: Durante la sesión.

UNIDAD VI	Análisis de costos, volumen, ganancias.	SESIÓN	13
OBJETIVO	El alumno diserta su proyecto de inversión ante un panel de expertos, presentando su menú para degustación y realimentación.		

ADA 20 Presentación del plan de negocios.

Instrucciones:

En equipos de proyecto realizar la entrega y disertación de su plan de negocios ante expertos en el área de emprendimiento, negocios y cocina, con ayuda de recursos audiovisuales, así como la degustación de tres platillos del menú. Posteriormente escucharán la realimentación por parte de los invitados.

Producto: Exposición, platillos para degustar y plan de negocios.

Duración de la actividad: 90 minutos.

Tiempo de entrega: Durante la sesión.

UNIDAD VI	Análisis de costos, volumen, ganancias.	SESIÓN	13
OBJETIVO	El alumno autoevalúa su desempeño en la realización del plan de negocios, por medio de un video en el que expresa su percepción del proyecto.		

ADA 21 Video de autoevaluación.

Por equipos de proyecto, realizar un video de autoevaluación y enviar al correo institucional. La duración del video debe ser de 3 a 5 minutos y podrán ayudarse de la guía de autoevaluación que se muestra en la ADA 3.

No presencial.

Producto: Video.

Duración de la actividad: 14 mins.

Fecha de entrega: Sesión 14, a más tardar a las 23.50 horas

UNIDAD VI	Análisis de costos, volumen, ganancias.	SESIÓN	14
OBJETIVO	El alumno identifica las características de la producción a gran escala, por medio de ejemplos reales o hipotéticos.		

ADA 22 Cuestionario de costos, volumen y ganancias.

Instrucciones:

Responder de manera individual las preguntas del cuestionario. Compartir en plenaria los comentarios.

COSTOS

1. ¿Cómo determinas el costeo de un platillo?
2. Considerando que un costo directo es aquel que está plenamente identificado con una actividad, menciona un ejemplo del mismo.
3. Los costos indirectos son aquellos que no se pueden identificar con una actividad, ¿cuál sería un ejemplo de costo indirecto?

VOLUMEN

Optimización de recursos

1. ¿Cuáles son los riesgos de realizar poca producción en un restaurante?
2. ¿Cuáles son los riesgos de realiza sobre producción en un restaurante?
3. ¿Qué beneficios podría traer el determinar un nivel adecuado de producción?
4. ¿Qué opinas sobre la influencia que podría tener un mesero en la rotación de los platillos en un restaurante?

Planeación a gran escala

Es diciembre, el restaurante donde trabajas pretende realizar una cena de navidad, pero únicamente han definido el menú y la decoración. ¿Qué recomendaciones harías tú, como Chef del establecimiento, para controlar la cantidad de comida que tendrías que preparar?

Planeación de la producción

Producto Sopa de tortilla

SEMANA	VIERNES	SABADO	DOMINGO
1	3	12	3
2	5	3	4
3	8	5	8
4	10	7	14
5	15	20	1
6	2	5	4
PROMEDIO	6.5	7.15	4.75
Factor 1.15	7.47	8.22	5.46
TOTAL	7	8	5

Con un historial de los consumos semanales del producto se puede determinar un promedio de los consumos de cada producto ofertado por el establecimiento, lo cual puede ayudar a determinar el nivel de producción ideal para evitar sobre producción o un nivel bajo del mismo.

Control maestro.

Medida para determinar fallas.

PRODUCTO	INV INICIAL OCT	COMPRAS OCTUBRE	INV FINAL OCT	CONSUMO	MERMAS	CORTESIAS	VENTA	DIFERENCIA
POLLO	4000gr	185,000 grs	3,400 grs	185,600grs	1,200grs	0	182,150grs	2,250 grs.

PLATILLOS	VENTAS	PESO	TOTAL
Enchiladas	481	150	72,150 grs.
Pechugas de pollo	275	400	110,000 grs.
		TOTAL	182,150 GRS.

IMPACTO FINANCIERO

CONCEPTO	DIFERENCIAS	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
POLLO	2,250 grs.	\$0.030	\$67.50

GANANCIAS

Relaciona las columnas según corresponda la definición con el concepto apropiado.

A) Se refiere a la administración de los recursos de una empresa fundamentales para su progreso.	() Inversión
B) Es el precio que se paga cuando se presta dinero.	() Manejo del capital
C) Es el aporte de un recurso con fines productivos o de reproducción de capital con ánimo de generar una ganancia.	() Pago
D) Es el momento en que se desembolsa dinero para sufragar un gasto.	() Intereses

Producto: Cuestionario resuelto.

Duración de la actividad: 30 minutos.

Fecha de entrega: Durante la sesión.

UNIDAD VI	Análisis de costos, volumen, ganancias.	SESIÓN	14
OBJETIVO	El alumno analiza las características de la producción a gran escala, mediante la observación de un video sobre banquetes.		

ADA 23 Producción a gran escala.

Instrucciones:

Estudio de caso: Eventos a gran escala. Observar el video: Behind the bash y comparar con los conceptos del cuestionario. Responder las preguntas de la guía de uso del video y compartir de manera individual con el resto de la clase.

¿Habías considerado todos los elementos que convergen en la realización de un evento?

¿Qué tan importante consideras el manejo de los costos después de ver el vídeo?

¿Tenías idea de los volúmenes de materia prima que se manejan en eventos a gran escala?

¿Consideras que un ligero cambio en el precio de un insumo puede afectar severamente al costo total del evento?

Producto: Participación oral.

Duración de la actividad: 50 minutos.

Fecha de entrega: Durante la sesión.

UNIDAD VII	Análisis de estrategias	SESIÓN	15
OBJETIVO	El alumno clasifica los diversos tipos de mercados, mediante la descripción de cada uno de ellos en un cuadro sinóptico.		

ADA 24 Mercados.

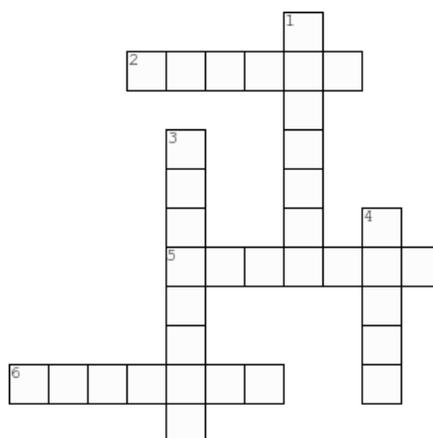
Instrucciones:

En equipos leer el tema de mercados, elaborar un cuadro sinóptico en un papel bond y resolver el crucigrama. Al finalizar compartir en clase.

Name: _____

MERCADOS

Complete el crucigrama



Created with TheTeachersCorner.net [Crossword Puzzle Generator](http://www.theteacherscorner.net)

Horizontal

2. Se realizan operaciones financieras a corto plazo generalmente inferiores en un año.
5. Las operaciones de financiación se efectúan mediante las transacciones de diferentes títulos valores en la bolsa de comercio.
6. Denominación utilizada para designar las compras y ventas de divisas.

Vertical

1. Las operaciones financieras se realizan a través de préstamos de los bancos y de las instituciones de inversión.
3. Los compradores individuales o familiares adquieren bienes intangibles para su satisfacción presente o futura.
4. Designa las diferentes operaciones de compraventa que se realizan al margen de la ley de un país.

Producto: Cartel y crucigrama resuelto.

Duración de la actividad: 30 minutos.

Fecha de entrega: Durante la sesión.

UNIDAD VII	Análisis de estrategias	SESIÓN	15
OBJETIVO	El alumno elabora un diagrama de flujo de un restaurante, identificando las diversas etapas existentes en la logística de un restaurante.		

ADA 25 Logística en el restaurante.

Instrucciones:

En equipos de cuatro personas leer el tema: logística en el restaurante y elaborar en la pizarra un diagrama de flujo de las diversas etapas que intervienen en ella. Compartir en plenaria.

Producto: Diagrama de flujo.

Duración de la actividad: 30 minutos.

Fecha de entrega: Durante la sesión.

Recursos didácticos

UNIDAD I	Introducción a los costos de alimentos y bebidas.		
TEMA	Proceso administrativo.	SESIÓN	1

Diapositivas de power point

UVM Universidad del Valle de México
LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES

Costos de alimentos y bebidas
Unidad I Introducción a los costos de alimentos y bebidas
Sesión 1 Proceso administrativo.

Elaboró: C.P. Juan Pablo Herrera Canché

Costos de alimentos y bebidas

¡Bienvenidos!

UVM

PLAN DE SESIÓN

INDUCCIÓN	
• Pase de lista.	1 min.
• Encuadre de la asignatura.	5 min.
• Importancia de la asignatura.	5 min.
• Presentación del proyecto.	15 min.
DESARROLLO	
• Exposición del profesor sobre el proceso administrativo.	20 min.
• ADA 1 Prototipo de empresa de alimentos y bebidas.	60 min.
• ADA 2 Cuadro comparativo de las fases del proceso administrativo. Actividad no presencial.	
• ADA 3 Proyecto de una empresa de alimentos y bebidas No presencial.	
CIERRE	
• Realimentar los conceptos vistos en la clase, compararlos con su proyecto.	5 min.

UVM

ADA 1

En equipos de cuatro personas, elaborar un prototipo de una empresa de alimentos y bebidas, que incluya: nombre, giro, desarrollo del concepto y presentarlo en la clase.

UVM

Objetivo:

El alumno identifica los conceptos que forman el proceso administrativo como parte fundamental de un negocio de alimentos y bebidas por medio de la aplicación práctica.

UVM

- ¿Qué es la administración?
- ¿Qué es un proceso?
- ¿Qué es un proceso administrativo?

UVM



PLANEACIÓN

La planeación es la fase del proceso administrativo que consiste en proyectar en forma consciente la acción futura, por tanto, es un proceso intelectual que requiere tiempo, atención y dedicación suficiente para establecer los resultados que se esperan y la forma en que se pretende lograrlos.

ORIGEN → DESTINO

UVM
UNIVERSIDAD VIRTUAL MEXICANA

¿Qué voy a planear?

MISIÓN	VISIÓN
OBJETIVOS	PROGRAMAS
ESTRATEGIAS	POLÍTICAS
REGLAS	PRESUPUESTOS

UVM
UNIVERSIDAD VIRTUAL MEXICANA

ORGANIZACIÓN

Proceso de estructurar formalmente las funciones y jerarquías dentro de un organismo social;

UVM
UNIVERSIDAD VIRTUAL MEXICANA



DIRECCIÓN

La dirección es una labor diaria que consiste en escoger el camino correcto para llegar al objetivo planeado.

UVM
UNIVERSIDAD VIRTUAL MEXICANA

CONTROL



La función administrativa del control es la medición y la corrección del desempeño con el fin de asegurar que se cumplan los objetivos de la empresa y los planes diseñados para alcanzarlos.

UVM
UNIVERSIDAD VERACRUZANA

CONCLUSIÓN



UVM
UNIVERSIDAD VERACRUZANA

Bibliografía

- Control de costos y gastos en los restaurantes. Cuevas. Edit. Limusa, México 2016.

UVM
UNIVERSIDAD VERACRUZANA

UNIDAD II	Gastos, costos, control.		
TEMA	Conceptos de costos y gastos.	SESIÓN	2

Diapositivas de power point

UVM Universidad del Valle de México
LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES

Costos de alimentos y bebidas
Unidad II Gastos, costos, control
Sesión 2 Tema: Conceptos de costos y gastos

Elaboró: C.P. Juan Pablo Herrera Canché

OBJETIVO El alumno diferencia los conceptos de costo del gasto en establecimientos de alimentos y bebidas para determinar el costo unitario de un producto, por medio de su ejemplificación.

UVM
LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES

PLAN DE SESIÓN

INDUCCIÓN	
• Pase de lista	1 min.
• Realimentación clase anterior.	15 mins
DESARROLLO	
• ADA 4 Bolsa de papel.	30 mins.
• Exposición del profesor sobre el tema y relacionario con la actividad.	20 mins.
• ADA 5 Ejercicios de punto de equilibrio.	10 mins.
• ADA 6 Cuadro sinóptico de costo, gasto, materia prima, mano de obra, costos indirectos.	15 mins.
CIERRE	
• Realimentar los conceptos vistos en la clase y entregar lineamientos de proyecto.	5 mins.

UVM
LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES

ADA 4

- Elabora una bolsa de papel estraza.



UVM
LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES

COSTOS Y GASTOS



UVM
LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES

COSTOS



UVM
LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES

ELEMENTOS DEL COSTO DE UN ESTABLECIMIENTO DE A Y B

MATERIA PRIMA

 $+$

MANO DE OBRA DIRECTA

 $+$

COSTOS INDIRECTOS

 $=$

COSTO DEL PRODUCTO

UVM
UNIVERSIDAD VIRTUAL MEXICANA

ADA 5

Resuelve los ejercicios que te proporciona el profesor.

UVM
UNIVERSIDAD VIRTUAL MEXICANA

GASTOS

EROGACIÓN → **PRODUCTOS SERVICIOS**

AYUDAN AL FUNCIONAMIENTO → \neq **INGRESOS**

UVM
UNIVERSIDAD VIRTUAL MEXICANA

CLASIFICACIÓN DE LOS GASTOS

GASTOS DE OPERACIÓN 	GASTOS DE ADMINISTRACIÓN
GASTOS DE VENTA 	OTROS GASTOS

UVM
UNIVERSIDAD VIRTUAL MEXICANA

ADA 6

Elabora de manera individual un cuadro sinóptico de los conceptos de costo, gasto, materia prima, mano de obra, costos indirectos y enviarlo al e-mail institucional.

UVM
UNIVERSIDAD VIRTUAL MEXICANA

CONCLUSIÓN

UVM
UNIVERSIDAD VIRTUAL MEXICANA

UNIDAD II	Gastos, costos, control.		
TEMA	Punto de equilibrio.	SESIÓN	3

Diapositivas de power point

UVM Universidad del Valle de México
LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITY

Costos de alimentos y bebidas
Unidad II Gastos, costos, control
Sesión 3 Tema: Punto de equilibrio.

Elaboró: C.P. Juan Pablo Herrera Canché

Objetivo:

El alumno determina el punto de equilibrio de un producto, por medio de la aplicación en ejercicios, como medio para determinar el nivel de ventas mínimo que debe realizar una empresa de empresa de alimentos y bebidas para generar utilidades.

UVM

PLAN DE SESIÓN

INDUCCIÓN	
• Pase de lista	1 min.
• Realimentación de la clase anterior sobre los conceptos de costo, gasto y sus divisiones.	20 min.
DESARROLLO	
• Exposición del profesor.	15 min.
• ADA 7 Atinale al precio y punto de equilibrio.	60 min.
CIERRE	
• Realimentar los conceptos vistos en la clase y verificar el desarrollo del proyecto.	5 min.

UVM

¿Cómo calculan su costo las empresas?

COMERCIALES (COMPRA - VENTA)

INVENTARIO INICIAL
+ COMPRAS
= MATERIALES DISPONIBLES
- INVENTARIO FINAL
= COSTO

UVM

¿Y las que se dedican a la producción?

INVENTARIO DE MATERIAS PRIMAS
+ COMPRAS DE MATERIA PRIMA
= MATERIA PRIMA DISPONIBLE
- FINAL DE MATERIA PRIMA
= MATERIA PRIMA UTILIZADA
+ INVENTARIO INICIAL DE PRODUCTOS EN PROCESO
+ MANO DE OBRA
+ COSTOS INDIRECTOS
- INVENTARIO FINAL DE PRODUCTOS EN PROCESO
= COSTOS DE PRODUCCIÓN
+ INVENTARIO INICIAL DE PRODUCTOS TERMINADOS
- INVENTARIO FINAL DE PRODUCTOS TERMINADOS
= COSTO DE VENTAS

UVM

LA NEGRITA SA
EDO. DE RDOS. DEL 1 AL 31 DE ENERO DE 2016

VENTAS		\$14,000.00
INVENTARIO INICIAL	\$ 1,000.00	
+COMPRAS	10,000.00	
-INVENTARIO FINAL	<u>3,000.00</u>	
=COSTO DE VENTAS		\$ 7,000.00
UTILIDAD BRUTA		\$ 7,000.00
GASTOS DE VENTA	2,000.00	
GASTOS DE ADMON.	2,000.00	
GASTOS DE OPERACIÓN	<u>1,000.00</u>	
UTILIDAD DEL EJERCICIO		\$ <u>2,000.00</u>

ELABORO: TILA MA. SESTO AUTORIZO: CUXUM

UVM

¿Y yo como establecimiento de alimentos y bebidas qué hago?



UVM
UNIVERSIDAD VERACRUZANA

La correcta forma de cuantificar el costo es **considerar solamente el valor de los materiales utilizados (ingredientes)**, ya que al cliente no le interesan el proceso, los tiempos ni el personal que intervienen en su elaboración, sino la calidad, presentación, cantidad y sabor del platillo o bebida.



UVM
UNIVERSIDAD VERACRUZANA

PUNTO DE EQUILIBRIO



UVM
UNIVERSIDAD VERACRUZANA

PUNTO DE EQUILIBRIO

Es el nivel de ventas en el cual los ingresos (ventas) son exactamente iguales a los egresos.



UVM
UNIVERSIDAD VERACRUZANA

CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS DE ACUERDO A SU COMPORTAMIENTO

- a) **COSTOS VARIABLES.** Son los que **cambian o fluctúan en relación directa con una actividad o volumen dado**. De dicha actividad puede ser referida a producción o ventas: la materia prima cambia de acuerdo con la función de producción, y las comisiones de acuerdo con las ventas.
- b) **COSTOS FIJOS.** Son los que **permanecen constantes durante un periodo determinado**, sin importar si cambia el volumen; por ejemplo, los sueldos, la depreciación en línea recta, alquiler del edificio, etc.

UVM
UNIVERSIDAD VERACRUZANA

Pasos para determinar el Punto de Equilibrio.

1. Determinar el precio de venta del producto, para ello debemos determinar el Costo Unitario.
2. Determinar los costos variables y costos fijos.
3. Identificar la tasa de impuestos (en su caso)
4. Realizar el cálculo.

Fórmula

$$\text{Ingresos} = \text{Costos}$$
$$PVx = CVx + CF$$

UVM
UNIVERSIDAD VERACRUZANA

Ingresos = Costos

$$PVx = CVx + CF$$

PV = Precio de Venta (\$65.00)
x = Unidades a vender
CV = Costos Variables (\$30.00)
CF = Costos Fijos (\$2,000.00)

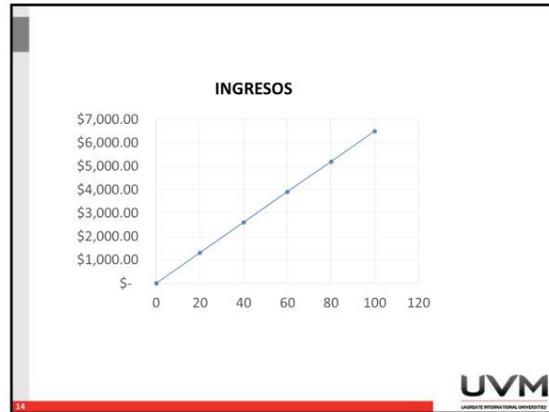
$$65x = 30x + 2000$$

$$35x = 2000$$

$$x = 2000/35$$

$$x = 57.15 \text{ UNIDADES}$$

UVM



ADA 7

INSTRUCCIONES PARTE 1
 En bins adivina el precio de los siguientes ingredientes.

UVM

UVM

Harina de trigo Selecta 1 kg
UPC:0075014046311



UVM
UNIVERSIDAD NACIONAL VENEZOLANA

Harina de trigo Selecta 1 kg
UPC:0075014046311

\$ 13.90

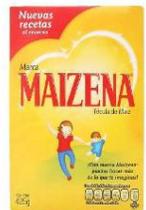
Plaza

¿Aceptas producto sustituto?

¿Cómo deseas tu producto?

UVM
UNIVERSIDAD NACIONAL VENEZOLANA

Fécula de maíz Maizena natural 425 g
UPC:00750100511042



UVM
UNIVERSIDAD NACIONAL VENEZOLANA

Fécula de maíz Maizena natural 425 g
UPC:00750100511042

\$ 28.00

Plaza

¿Aceptas producto sustituto?

¿Cómo deseas tu producto?

UVM
UNIVERSIDAD NACIONAL VENEZOLANA

Mantequilla sin sal Gloria en barra
225 g
UPC:00750101361016



UVM
UNIVERSIDAD NACIONAL VENEZOLANA

Mantequilla sin sal Gloria en barra
225 g
UPC:00750101361016

\$ 38.60

Plaza

¿Aceptas producto sustituto?

UVM
UNIVERSIDAD NACIONAL VENEZOLANA

25



Azúcar glass Zulka 500 g
UPC:0006614400096

UVM

26



Azúcar glass Zulka 500 g
UPC:0006614400096

\$ 13.00
Pieza

¿Aceptas producto sustituto? 150

¿Cómo deseas tu producto?

UVM

27



Huevo blanco Bachoco 18 pzas
UPC:00750110152501

UVM

28



Huevo blanco Bachoco 18 pzas
UPC:00750110152501

\$ 38.60
Pieza

¿Aceptas producto sustituto? 150

¿Cómo deseas tu producto?

UVM

29



Dulce de leche Nestlé La Lechera
370 g
UPC:00750105861956

UVM

30



Dulce de leche Nestlé La Lechera
370 g
UPC:00750105861956

\$ 31.50
Pieza

¿Aceptas producto sustituto? 150

¿Cómo deseas tu producto?

UVM

Instrucciones Parte 2:

Determina el costo del producto, equipo ganador utilizará la receta proporcionada por el profesor. El resto de los equipos buscará dos recetas propias.

Aplica la fórmula y calcula el punto de equilibrio de dicho producto.

Los Costos Fijos son de 10,000 mensuales para todos los equipos.

La mano de obra directa son: \$6,000.00 mensuales por 8 horas.



Retomando la tarea:

Pasos para determinar el Punto de Equilibrio.

1. Determinar el precio de venta del producto, para ello debemos determinar el Costo Unitario.
2. Determinar los costos variables y costos fijos.
3. Identificar la tasa de impuestos (en su caso)
4. Realizar el cálculo.

Fórmula

$$\text{Ingresos} = \text{Costos}$$

$$PVx = CVx + CF$$



Conclusión



Bibliografía

- Control de costos y gastos en los restaurantes. Cuevas. Edit. Limusa. Capítulo 2



Pizarrón

PUNTO DE EQUILIBRIO					
RECETA ALFAJORES					
INGREDIENTES			PRESENTACION	PRECIO DE VENTA	COSTO UNITARIO
CANTIDAD	UNIDAD	PRODUCTO			
200	GRS	HARINA	1000 GRS	\$ 13.90	\$ 2.78
200	GRS	A. GLASS	500 GRS	\$ 13.00	\$ 5.20
200	GRS	MANTEQ.	225 GRS	\$ 38.60	\$ 34.31
200	GRS	MAIZENA	425 GRS	\$ 28.00	\$ 13.18
1	PZA	HUEVO	18 PZA	\$ 38.60	\$ 2.14
1	LATA	DULCE L.	1 LATA	\$ 31.50	\$ 31.50
				TOTAL MP	\$ 89.11

MANO DE OBRA	
\$6,000.00 MENSUALES	
\$6000.00 / 30 DIAS	= \$200.00
\$200.00 / 8 HRS	= \$25.00 P/HORA
MATERIA PRIMA	\$ 89.11
MANO DE OBRA	\$ 25.00
COSTOS INDIRECTOS	\$ -
COSTO TOTAL	\$ 114.11
RENDIMIENTO	30 ALFAJORES
COSTO UNITARIO	\$ 3.80 P/ALFAJOR

COSTO UNITARIO = COSTO VARIABLE
 COSTO VARIABLE = \$3.80
 COSTOS FIJOS = \$10,000.00 MENSUALES
 PV = 3 VECES EL COSTO UNITARIO
 PV = \$11.40

PUNTO DE EQUILIBRIO
 INGRESOS = EGRESOS
 $PV * X = CV * X + CF$

$$\begin{aligned}
 \$11.40 * X &= \$3.80 * X + \$10,000 \\
 \$11.40 * X - \$3.80 * X &= \$10,000 \\
 \$7.60 * X &= \$10,000 \\
 X &= \$10,000 / \$7.60 \\
 X &= 1315.78 \text{ UNIDADES MENSUAL}
 \end{aligned}$$

INGRESOS

UNIDADES	PV	TOTAL INGRESOS
1,216.00000	\$ 11.40	\$ 13,862.40
1,316	\$ 11.40	\$ 15,000.00
1,416.00	\$ 11.40	\$ 16,142.40



EGRESOS

UNIDADES	CV	CVT	CF	TOTAL COSTOS
1,216.00	\$ 3.80	\$ 4,620.80	10000	\$ 14,620.80
1,316	\$ 3.80	\$ 5,000.00	10000	\$ 15,000.00
1,416.00	\$ 3.80	\$ 5,380.80	10000	\$ 15,380.80



PUNTO DE EQUILIBRIO

UNIDADES	INGRESOS	EGRESOS
1,216.00	\$ 13,862.40	\$ 14,620.80
1,315.79	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00
1,416.00	\$ 16,142.40	\$ 15,380.80



UNIDAD II	Gastos, costos, control.		
TEMA	Punto de equilibrio múltiple.	SESIÓN	4

Pizarrón

<p>PUNTO DE EQUILIBRIO MÚLTIPLE Objetivo: El alumno determina el punto de equilibrio múltiple mediante la resolución de problemas, como medio para fijar la mezcla de productos mínima que debe realizar una empresa de alimentos y bebidas para la generación de utilidades.</p>	<p>PLAN DE SESIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pase de lista, realimentación clase anterior, revisión de ejercicios pendientes. 20 mins. • ADA 7 En equipos de proyecto resolver el rompecabezas que proporciona el profesor, en él encontraras una parte del procedimiento que se requiere seguir para la determinar el punto de equilibrio múltiple. Posteriormente compartir en clase, establecer el orden del procedimiento y aplicarlo a la resolución de un problema. 60 mins. • ADA 8 Resolver el siguiente ejercicio de punto de equilibrio múltiple. 10 mins. • ADA 9 En equipos de proyecto, determinar la mezcla de productos de la empresa que están desarrollando. 10 mins. • ADA 10. En equipos de proyecto entregar de manera digital los avances del proyecto. • Realimentar los conceptos vistos en la clase, solucionar dudas y verificar el desarrollo del proyecto. 10 mins.
--	---

PUNTO DE EQUILIBRIO MÚLTIPLE									
PRODUCTO	UNIDADES A VENDER	% PART.	PRECIO DE VENTA	COSTO VARIABLE	MARGEN DE CONTRIBUCION	MARGEN PONDERADO	COSTO FIJO	PUNTO DE EQUILIBRIO	
GUACAMOLE	84	0.19	\$ 75.00	\$ 49.84	\$ 25.16	4.72	10000	88.81	
GENOISE	56	0.13	\$ 50.00	\$ 38.72	\$ 11.28	1.41	10000	59.21	
FALAFEL	168	1.20	\$ 81.53	\$ 69.41	\$ 12.12	14.54	10000	568.39	
ALFAJORES	140	0.31	\$ 11.40	\$ 9.99	\$ 1.41	0.44	10000	148.02	
	448					21.11			

UNIDAD II	Gastos, costos, control.		
TEMA	Punto de equilibrio múltiple.	SESIÓN	5

Pizarrón

<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="6">MATERIA PRIMA</th> </tr> <tr> <th>COSTO UNITARIO</th> <th>CANTIDAD</th> <th>PRECIO</th> <th>PRESENTACION</th> <th>COSTO POR GRAMO</th> <th>COSTO TOTAL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>HARINA</td> <td>750</td> <td>\$ 438.00</td> <td>45000</td> <td>\$ 0.01</td> <td>\$ 7.30</td> </tr> <tr> <td>MANTECA VEGETAL</td> <td>250</td> <td>\$ 320.00</td> <td>8000</td> <td>\$ 0.04</td> <td>\$ 10.00</td> </tr> <tr> <td>AGUA</td> <td>350</td> <td>\$ 26.00</td> <td>20000</td> <td>\$ 0.00</td> <td>\$ 0.46</td> </tr> <tr> <td>SAL</td> <td>5</td> <td>\$ 7.00</td> <td>750</td> <td>\$ 0.01</td> <td>\$ 0.05</td> </tr> <tr> <td>JAMON AMERICANO</td> <td>250</td> <td>\$ 495.00</td> <td>5400</td> <td>\$ 0.09</td> <td>\$ 22.92</td> </tr> <tr> <td>QUESO DAYSI</td> <td>200</td> <td>\$ 340.00</td> <td>3200</td> <td>\$ 0.11</td> <td>\$ 21.25</td> </tr> <tr> <td>AZUCAR</td> <td>45</td> <td>\$ 532.00</td> <td>50000</td> <td>\$ 0.01</td> <td>\$ 0.48</td> </tr> <tr> <td colspan="5"></td> <td>\$ 62.45</td> </tr> </tbody> </table>						MATERIA PRIMA						COSTO UNITARIO	CANTIDAD	PRECIO	PRESENTACION	COSTO POR GRAMO	COSTO TOTAL	HARINA	750	\$ 438.00	45000	\$ 0.01	\$ 7.30	MANTECA VEGETAL	250	\$ 320.00	8000	\$ 0.04	\$ 10.00	AGUA	350	\$ 26.00	20000	\$ 0.00	\$ 0.46	SAL	5	\$ 7.00	750	\$ 0.01	\$ 0.05	JAMON AMERICANO	250	\$ 495.00	5400	\$ 0.09	\$ 22.92	QUESO DAYSI	200	\$ 340.00	3200	\$ 0.11	\$ 21.25	AZUCAR	45	\$ 532.00	50000	\$ 0.01	\$ 0.48						\$ 62.45	<p>MANO DE OBRA</p> <p>\$7,000.00 MENSUALES</p> <p>\$7,000.00/30 = \$ 233.33 POR DIA</p> <p>\$233.33/8 = \$ 29.17 POR HORA</p> <p>COSTOS INDIRECTOS</p> <p>GAS \$30.00 POR HORA</p> <p>\$30.00/60 MINS= \$ 0.50 POR MIN</p> <p>CONSUMO 20 MINS= \$ 10.00</p>	
MATERIA PRIMA																																																																			
COSTO UNITARIO	CANTIDAD	PRECIO	PRESENTACION	COSTO POR GRAMO	COSTO TOTAL																																																														
HARINA	750	\$ 438.00	45000	\$ 0.01	\$ 7.30																																																														
MANTECA VEGETAL	250	\$ 320.00	8000	\$ 0.04	\$ 10.00																																																														
AGUA	350	\$ 26.00	20000	\$ 0.00	\$ 0.46																																																														
SAL	5	\$ 7.00	750	\$ 0.01	\$ 0.05																																																														
JAMON AMERICANO	250	\$ 495.00	5400	\$ 0.09	\$ 22.92																																																														
QUESO DAYSI	200	\$ 340.00	3200	\$ 0.11	\$ 21.25																																																														
AZUCAR	45	\$ 532.00	50000	\$ 0.01	\$ 0.48																																																														
					\$ 62.45																																																														
<table> <tr> <td>MATERIA PRIMA</td> <td>\$</td> <td>62.45</td> <td></td> </tr> <tr> <td>MANO DE OBRA</td> <td>\$</td> <td>29.17</td> <td></td> </tr> <tr> <td>COSTO INDIRECTO</td> <td>\$</td> <td>10.00</td> <td></td> </tr> <tr> <td>COSTO TOTAL</td> <td>\$</td> <td>101.61</td> <td></td> </tr> <tr> <td>PORCIONES</td> <td></td> <td>2</td> <td></td> </tr> <tr> <td>COSTO UNITARIO</td> <td>\$</td> <td>50.81</td> <td></td> </tr> </table>						MATERIA PRIMA	\$	62.45		MANO DE OBRA	\$	29.17		COSTO INDIRECTO	\$	10.00		COSTO TOTAL	\$	101.61		PORCIONES		2		COSTO UNITARIO	\$	50.81		<p>COSTO VARIABLE \$ 50.81</p> <p>PRECIO DE VENTA \$ 203.23 4 VECES EL CV</p> <p>COSTOS FIJOS \$ 25,500.00 (DEP. SUELDO Y RENTA)</p> <p>PUNTO DE EQUILIBRIO</p> <p>$203.23x = 50.81x + 25,500$</p> <p>$x = 167.30$ HOJALDRAS MENSUALES.</p>																																					
MATERIA PRIMA	\$	62.45																																																																	
MANO DE OBRA	\$	29.17																																																																	
COSTO INDIRECTO	\$	10.00																																																																	
COSTO TOTAL	\$	101.61																																																																	
PORCIONES		2																																																																	
COSTO UNITARIO	\$	50.81																																																																	

INGRESOS			EGRESOS				
UNIDADES	PRECIO DE VENTA	INGRESO TOTAL	UNIDADES	CV	CV TOTAL	CF	COSTO TOTAL
100	\$ 203.23	\$20,322.76	100	\$ 50.81	\$ 5,080.69	\$ 25,500.00	\$ 30,580.69
200	\$ 203.23	\$40,645.52	200	\$ 50.81	\$10,161.38	\$ 25,500.00	\$ 35,661.38
300	\$ 203.23	\$60,968.28	300	\$ 50.81	\$15,242.07	\$ 25,500.00	\$ 40,742.07

PUNTO DE EQUILIBRIO

PUNTO DE EQUILIBRIO MÚLTIPLE

PRODUCTO	UNIDADES A VENDER	% PARTICIPACION	PRECIO DE VENTA	COSTO VARIABLE	MARGEN CONTR	MC PONDERADO	COSTO FIJO	PUNTO DE EQUILIBRIO
CONCHITAS	280	0.21	6.00	2.00	4.00	0.83	6375	266.27
CUERNITOS	300	0.22	4.50	1.50	3.00	0.67	6375	285.28
CUELLO	250	0.19	4.00	1.80	2.20	0.41	6375	237.74
BOLITAS DE QUESO	500	0.37	5.00	1.00	4.00	1.49	6375	475.47
HOJALDRA	14	0.01	203.23	50.81	152.42	1.59	6375	13.31
	1344					4.99		

COMPROBACION

PRODUCTO	PRECIO DE VENTA	PUNTO EQUILIBRIO	TOTAL
CONCHITAS	6.00	266.27	\$ 1,597.59
CUERNITOS	4.50	285.28	\$ 1,283.78
CUELLO	4.00	237.74	\$ 950.95
BOLITAS DE QUESO	5.00	475.47	\$ 2,377.37
HOJALDRA	203.23	13.31	\$ 2,705.62
			TOTAL INGRESOS \$ 8,915.30

PRODUCTO	COSTO VARIABLE	PUNTO EQUILIBRIO	TOTAL
CONCHITAS	2.00	266.27	\$ 532.53
CUERNITOS	1.50	285.28	\$ 427.93
CUELLO	1.80	237.74	\$ 427.93
BOLITAS DE QUESO	1.00	475.47	\$ 475.47
HOJALDRA	50.81	13.31	\$ 676.45
			COSTO FIJO \$ 6,375.00
			TOTAL EGRESOS \$ 8,915.30

UNIDAD III	Márgenes.		
TEMA	Tipos de costos.	SESIÓN	7

Memorama



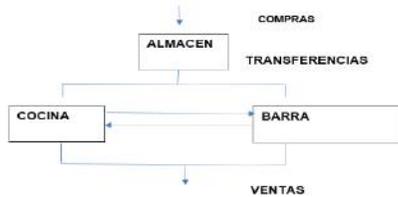
Pizarrón

CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS	PLAN DE SESIÓN
<p>Objetivo: El alumno analiza las causas de los sobrecostos que existen en las empresas de alimentos y bebidas, para la futura toma de decisiones en su entorno laboral por medio de ejemplos reales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pase de lista, realimentación clase anterior. 10 mins. • Introducción a la unidad tres, Márgenes. 10 mins. • ADA 11: Cada equipo de proyecto, enviará a un miembro para jugar el <u>memorama</u> de clasificación de artículos en un almacén de alimentos y bebidas. Al finalizar ejemplificarán insumos que pueden incluirse en cada clasificación. 20 mins. • Exposición del profesor sobre el tema de sobrecostos, y manejar preguntas sobre el tema con base en la experiencia que hayan tenido en el área de alimentos y bebidas. 30 mins.
	<ul style="list-style-type: none"> • Realimentar los conceptos vistos en la clase, solucionar dudas. 10 mins. • Realimentación a cada equipo sobre los avances entregados del proyecto. 30 mins.

CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS
ALIMENTOS
ABARROTÉS, AVES, CARNICOS,
ESPECIAS,
FRUTAS, VERDURAS Y LEGUMINOSAS
LACTEOS, PASTAS, PESCADOS Y
MARISCOS.

BEBIDAS
REFRESCOS, CERVEZAS, VINOS,
LICORES NACIONALES, LICORES
INTERNACIONALES

DIAGRAMA DE FLUJO DE MATERIALES



MITOS DEL CONTROL DE COSTOS

SOBRECOSTOS

CAUSAS DEL SOBRE-COSTO

UNIDAD III	Márgenes.		
TEMA	Conciliación de costos de alimentos y bebidas.	SESIÓN	8

Muñeco de papel



Presentación prezi

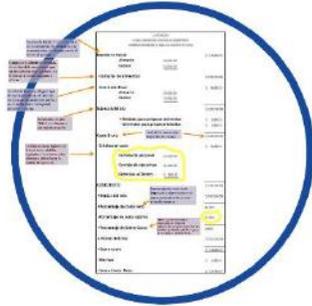


Secuencia del día:

Dinámica	10'
Exposición del tema.	30'
Resolución de ejercicios.	15'
Conclusiones.	5'
Revisión de proyecto	40'

Conciliación de alimentos

Estado financiero complementario, a un periodo determinado, en el cual se muestran los **estados de los inventarios, las compras y las salidas controladas (cortesías, alimentos de personal y mermas)**, de los alimentos y bebidas, cuyo **objetivo** es calcular el **costo global** del restaurante para finalmente **cuantificar todos los sobre-costos** propios de cada departamento.



LA EMPRESA

CONCILIACIÓN DE COSTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

INVENTARIO INICIAL	1.200,00
COMPRAS	1.800,00
SAUDAS CONTROLADAS	(1.000,00)
INVENTARIO FINAL	2.000,00
COSTO GLOBAL	2.800,00

CONCILIACIÓN DE COSTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

INVENTARIO INICIAL	\$ 2.000,00
COMPRAS	\$ 1.800,00
SAUDAS CONTROLADAS	(1.000,00)
INVENTARIO FINAL	\$ 2.800,00
COSTO GLOBAL	\$ 2.800,00

Costo Global

Es el total de costo neto de un restaurante, y por ello se entiende que incluye a alimentos y bebidas. Para conocerlo se puede sumar el costo neto de alimentos más el de bebidas, o elaborar una cuenta de costos de costo global.

COSTO BRUTO	ANÁLISIS DEL COSTO BRUTO
\$147.000	\$1.200.000 Ingresos a periodos
	\$1.000.000 Costos de alimentos y bebidas
	\$1.000.000 Costos de bebidas
	\$1.000.000 Ingresos de alimentos y bebidas
	\$1.000.000 Ingresos de bebidas
\$147.000	\$1.000.000 Ingresos de alimentos y bebidas
	\$1.000.000 Ingresos de bebidas

Costo óptimo

Representa en nivel más bajo posible de costo si la preparación de cualquier plato o bebida se ajusta totalmente a la receta y además de que dentro del flujo de materiales del restaurante no existan fugas ni mermas.

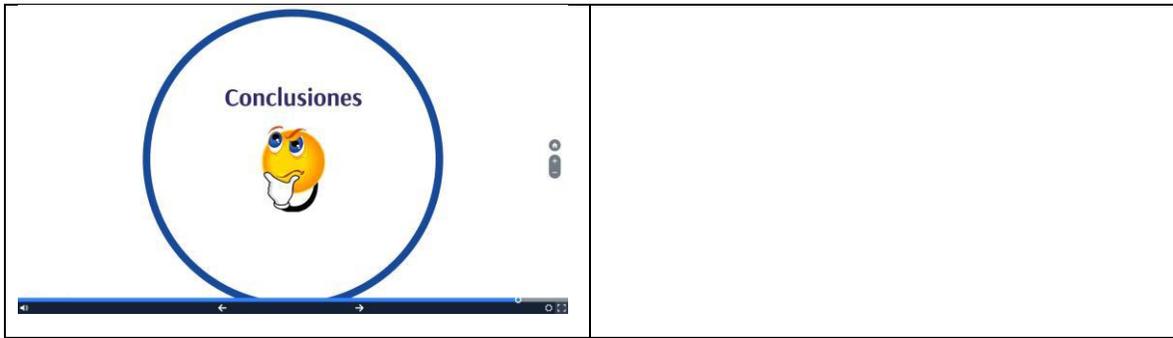
CÁLCULO DEL COSTO ÓPTIMO DE ALIMENTOS (VARIABLES)

PLATILLO	UNIDADES	COSTO TOTAL	VENTA TOTAL	PORCENTAJE
Supremo	100	\$ 4.000	\$ 20.000	20,00%
Prefectísimo	800	\$16.000	\$28.000	57,14%
Pan	150	\$ 900	\$ 2.700	33,72%
Total	104	\$19.900	\$48.800	41,40%

Análisis del sobre-costos

Conocimiento de los sobre-costos.
Desconocimiento del origen de ellos.

Consecuencias:
Medidas de control extremas que complican la operación del restaurante.
Pueden implantar un "régimen del terror" creando desconfianza e incertidumbre entre el personal.



Pizarrón

BBTS CONCILIACIÓN DE COSTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS CORRESPONDIENTE AL MES DE OCTUBRE DE 2016		ANÁLISIS DEL COSTO BRUTO						
Inventario Inicial	\$ 25,000.00	COSTO BRUTO	ANÁLISIS DEL COSTO BRUTO					
Almacén	\$ 19,000.00	\$ 2,000.00	ALIMENTOS DE PERSONAL					
Cocina, Barra	\$ 6,000.00	\$ 1,000.00	A Y B DE EJECUTIVOS					
+Compras de alimento y bebidas	\$ 140,000.00	\$ 1,800.00	CORTESIAS A CLIENTES					
-Inventario Final	\$ 16,000.00	\$ 2,000.00	MERMAS					
Almacén	\$ 10,000.00	\$ 13,795.03	SOBRE-COSTO NETO					
Cocina y Barra	\$ 6,000.00	\$ 128,404.97	COSTO OPTIMO					
Costo Bruto	\$ 149,000.00	\$ 149,000.00	SUMAS IGUALES					
-Créditos al costo	\$ 4,800.00							
Comida de person	\$ 2,000.00							
A y Bebidas de eje	\$ 1,000.00							
Cortesías a Cliente	\$ 1,800.00							
COSTO NETO	\$ 144,200.00							
=Ventas del mes	\$ 450,000.00							
=Porcentaje de costo neto	32.044%							
-Porcentaje de costo optimo	28.534%							
=Porcentaje de Sobre-Costo	3.510%							
x Ventas del mes	\$ 450,000.00							
=Sobre-costo	\$ 15,795.03							
-Mermas	\$ 2,000.00							
=Sobre-Costo Neto	\$ 13,795.03							
		CÁLCULO DEL COSTO OPTIMO ALIMENTOS (MENSUAL)						
		PLATILLOS	UNIDADES	COSTO	COSTO	PRECIO DE	VENTA	PORCEN
			VENDIDAS	UNITARIO	TOTAL	VENTA	TOTAL	TAJE
		FULL MONTY	1500	\$ 50.00	\$ 75,000.00	\$210	315000	24%
		HAMBURGUESA CON CHAMPIÑONES	850	\$ 65.00	\$ 55,250.00	\$165	140250	39%
		BROWNIE CON HELADO	250	\$ 30.00	\$ 7,500.00	\$110	27500	27%
		TOTAL	2,600.00		\$ 137,750.00		482750	28.53%

UNIDAD IV	Costeo del menú		
TEMA	Características y costeo del menú	SESIÓN	9

Diapositivas de power point


Universidad del Valle de México
LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES

Costos de alimentos y bebidas
 Unidad IV Costeo del menú
 Sesión 9 Tema: Características y costeo del menú

Elaboró: C.P. Juan Pablo Herrera Canché

Objetivo:

El alumno analiza los elementos que influyen en el buen diseño de un menú en establecimientos de alimentos y bebidas, determinando su costo para maximizar las utilidades.



SECUENCIA DIDÁCTICA

INDUCCIÓN	
• Pase de lista.	1 mins.
• Realimentación clase anterior.	10 mins.
• Introducción a la temática de la unidad.	10 mins.
DESARROLLO	
• Exposición del profesor, primera parte.	15 mins.
• ADA 14: Sociodrama.	40 mins.
• Exposición del profesor, segunda parte.	15 mins.
• ADA 15 Ejercicio: Costo del menú.	10 mins.
• ADA 16 Costeo del menú del proyecto y avances. No presencial.	10 mins.
CIERRE	
• Realimentar los conceptos vistos en la clase, solucionar dudas.	10 mins.



UNIDAD VI COSTEO DEL MENÚ

El menú de un restaurante es la presentación que refleja y exhibe los productos del establecimiento.





A considerar:

- **El conocimiento del comensal.**
- **Conocimiento de las operaciones:** la planeación del menú debe enfocarse en la operación actual, evaluar los conocimientos y habilidades del personal, considerar el equipamiento, el espacio disponible, la cantidad de asientos y mesas, y la rotación de los clientes.



A considerar:

- **Todos los factores influyen:** el éxito de un restaurante depende de una adecuada planeación del menú, éste es resultado de un minucioso estudio de mercadotecnia y es una de las mayores influencias en el ciclo operativo.



A considerar:

- **Mayor ganancia:** los menús con un desarrollo pobre por lo general afectan en forma negativa tanto la producción como el servicio, por ello se dice que el éxito de un menú bien planeado tiene relación directa con las ganancias.



UVM

FUNCIONES BÁSICAS DEL MENÚ



- Promover la venta de los productos presentados o que constituyen la especialidad de la casa.

UVM

FUNCIONES BÁSICAS DEL MENÚ

- Integrarse al paquete total del diseño y decoración que caracteriza al restaurante, lo cual aumenta el deseo de la experiencia gastronómica del comensal.



UVM

FUNCIONES BÁSICAS DEL MENÚ

- Lograr el deseo del comensal de regresar al establecimiento una y otra vez, para compartir la deliciosa, higiénica y saludable comida que se expende en el restaurante.



UVM

A considerar sobre el MENÚ

- El **orden** interno de la carta, responde a los pasos del menú que se ofrecen en el establecimiento.
- Es importante que el **orden** responda a un código general: entradas, platos principales, guarniciones y postres. Las bebidas se emplazan en general al final de los platillos.
- Sugerencias del chef, apartado especial al inicio del menú.



UVM

ADA 14

Formar 2 equipos de cinco personas y 1 de seis. Leer el texto que se te proporcione y ejemplificarlo mediante una dramatización. Tiempo de realización 15 minutos.



UVM

Entonces...

El diseño de la carta. Físicamente la carta debe resultar atractiva, cómoda, legible y amigable con el comensal.

La redacción de la carta. Describir fehacientemente los platillos. El menú se debe adecuar con el paso del tiempo.



Entonces...

Normas para la confección de una carta. Seguir ciertos lineamientos al momento de diseñar el menú.

- Renovación.
- Empleo de menú de temporada.
- Especificar el tiempo de elaboración de algunos platillos.
- Ortografía.



COSTEO DEL MENÚ

Dentro de los establecimientos de alimentos y bebidas, aparte de costear los alimentos y bebidas podemos costear el menú. Ejemplificaremos a continuación:

ENTRADAS		
Bruschetta	\$10	
Ensalada caprese	\$15	
Carpaccio de res	\$20	
PLATO FUERTE		
Lasagna de carne	\$20	
Spaghetti ai frutti di mare	\$18	
Pizza margherita	\$14	
POSTRE		
Panna cotta	\$10	
Tiramisú	\$12	
Gelato	\$ 8	



COSTEO DEL MENÚ

Costo promedio \$42.33
Promedio entrada + promedio plato fuerte + promedio postre

ENTRADAS		
Bruschetta	\$10	
Ensalada caprese	\$15	
Carpaccio de res	\$20	\$15
PLATO FUERTE		
Lasagna de carne	\$20	
Spaghetti ai frutti di mare	\$18	
Pizza margherita	\$14	\$17.33
POSTRE		
Panna cotta	\$10	
Tiramisú	\$12	
Gelato	\$ 8	\$10



COSTEO DEL MENÚ

Costo del menú más caro \$52.00

Carpaccio + Lasagna + Tiramisú

ENTRADAS		
Bruschetta	\$10	
Ensalada caprese	\$15	
Carpaccio de res	\$20	\$20
PLATO FUERTE		
Lasagna de carne	\$20	
Spaghetti ai frutti di mare	\$18	
Pizza margherita	\$14	\$20
POSTRE		
Panna cotta	\$10	
Tiramisú	\$12	
Gelato	\$ 8	\$12



COSTEO DEL MENÚ

Costo del menú más barato \$32.00

Carpaccio + Lasagna + Tiramisú

ENTRADAS		
Bruschetta	\$10	
Ensalada caprese	\$15	
Carpaccio de res	\$20	\$10
PLATO FUERTE		
Lasagna de carne	\$20	
Spaghetti ai frutti di mare	\$18	
Pizza margherita	\$14	\$14
POSTRE		
Panna cotta	\$10	
Tiramisú	\$12	
Gelato	\$ 8	\$ 8



APROVECHAMIENTO DE RECURSOS

Cuando se diseña la carta de un nuevo restaurante, frecuentemente se incluyen las recetas familiares, y sobre todo las de la abuelita.



UVM
UNIVERSIDAD VIRTUAL MEXICANA

APROVECHAMIENTO DE RECURSOS

Nunca se piensa en que los ingredientes de algún platillo sean complementarios a otros, y que su contenido sea nutricional y su combinación agradable al nicho de mercado al que se pretende llegar.



UVM
UNIVERSIDAD VIRTUAL MEXICANA

APROVECHAMIENTO DE RECURSOS

Han encontrado cierta utilidad en algunos ingredientes que eran considerados tradicionalmente como desechos, como son: las cáscaras de papa o las alitas de pollo (sólo por mencionar algunos).



UVM
UNIVERSIDAD VIRTUAL MEXICANA

APROVECHAMIENTO DE RECURSOS

- Deberán elaborarse platillos que permitan el desplazamiento de todas las materias primas, sobre todo las que tengan poco movimiento.



UVM
UNIVERSIDAD VIRTUAL MEXICANA

APROVECHAMIENTO DE RECURSOS

Es conveniente analizar la popularidad de los productos, con la finalidad de suprimir bebidas y platillos que no tienen aceptación. En el caso de los platillos, antes habrá que analizar las causas que pueden ser: el precio, la presentación o la no promoción por parte de los meseros.



UVM
UNIVERSIDAD VIRTUAL MEXICANA

Conclusiones



UVM
UNIVERSIDAD VIRTUAL MEXICANA

UNIDAD V	Planeación de ventas.		
TEMA	Métodos para fijar precios.	SESIÓN	10

Diapositivas de power point

UVM Universidad del Valle de México
LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES

Costos de alimentos y bebidas
Unidad V Planeación de ventas
Sesión 10 Tema: Métodos para fijar precios

Elaboró: C.P. Juan Pablo Herrera Canché

Objetivo:

El alumno identifica los diversos modelos de fijación de precios de un producto mediante su ejemplificación, para contribuir a la generación de utilidades en los establecimientos de alimentos y bebidas.

UVM

SECUENCIA DIDÁCTICA

INDUCCIÓN	
• Pase de lista.	1 min.
• Realimentación clase anterior.	10 min.
• Introducción a la temática de la unidad.	10 min.
DESARROLLO	
• ADA 17 Estudio de caso.	30 min.
• Exposición del profesor.	20 min.
• ADA 18 Determinación del precio de venta de los platillos del menú del plan de negocios y revisión de avances.	30 min.
CIERRE	
• Realimentar los conceptos vistos en la clase, solucionar dudas.	10 mins

UVM

ACTIVIDAD

Formarse en equipos y analizar los panes de muerto que están en la mesa.
Degustar los panes, calificar la calidad y con base en ello identificar su posible precio de venta.



UVM

	3 Bueno	2 Regular	1 Malo
Vista			
Sabor			
Textura			
Aroma			
Frescura			

UVM

UNIDAD V PLANEACIÓN DE VENTAS

Fijación de precios en platillos y bebidas.



UVM

Fijación de precios



Una de las mayores preocupaciones de las personas que, en forma individual o asociada, invierten en un negocio es saber **cuánto van a ganar, cuánto recibirán de utilidades, en cuánto tiempo van a recuperar su inversión y qué precio** le colocarán a su producto o servicio.



¿Cómo determinas el precio de venta de un producto regularmente?



El precio

El precio es el valor correspondiente a la estimación que hace el vendedor con respecto a su producto, en este caso platillos o bebidas.

1	CLASSIC TACO	2	ORIGINAL PIZZA	3	TRADITIONAL BURRITO
	0.99\$		2.49\$		1.99\$
	2.99\$		2.99\$		3.49\$
4	LOREM CATERING	5	CLASSIC BURRITO	6	PINEAPPLE BURRITO
	1.19\$		3.17\$		2.16\$
	0.89\$		1.99\$		0.99\$
	1.29\$		3.99\$		2.99\$



Fórmula de precio

- Hay varias técnicas para fijar el precio, sin embargo en todas ellas se toman en cuenta dos elementos: el costo y la utilidad.

Ecuación del precio.

$$\text{Precio} = \text{Costos} + \text{Utilidad}$$

$$100\% = 80.65\% + 19.35\%$$

$$\$310 = \$250 + \$60.00$$



Gráfica de precio de venta



Gráfica de costo total



ENFOQUES GENERALES A LA DETERMINACIÓN DE PRECIOS

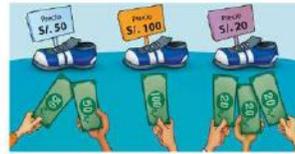
- Políticas de precio
- Competencia
- Introducción al mercado
- Penetración al mercado



UVM

1. Políticas de precios

- En base al costo de producción.
- En base a la demanda.
- En base a la oferta.



UVM

Políticas de precios

Costo de producción.



El costo total de producción establece el límite mínimo del precio. El mercado y la demanda establecen los máximos.

El precio de venta se debe determinar sumándole al costo de producción el **porcentaje** que se desea obtener de **utilidad**.

UVM

Políticas de precios

En base a la demanda.



La demanda son el conjunto de personas, físicas o morales, que necesitan un producto.

Cuando la demanda potencial (hay mercado pero no te compran) sea grande, es conveniente analizar el reajuste de los precios para poder convertirla en demanda real (aquellos que te compran).

UVM

Políticas de precios

En base a la oferta

Definimos oferta como la cantidad de oferentes que ofrecen productos en el mercado. Cuando la cantidad de oferta se incrementa, los precios de venta bajan.



UVM

COMPETENCIA

Son las opciones que ofrece un mercado con productos similares o parcialmente parecidos, para cubrir las necesidades de un sector de consumidores.



UVM

COMPETENCIA

Líder en precio: Reducir tu margen de utilidad para fijar el precio más bajo que la competencia, le da una ventaja competitiva.



UVM
UNIVERSIDAD VERACRUZANA

19

COMPETENCIA

Justificación de la calidad.

Si tu producto asegura una calidad superior a la que oferta el mercado al cual va dirigido, puedes justificar un precio elevado con referencia al resto de la competencia, porque tratas de imponer tu calidad. Importante la publicidad y promoción de los productos para destacar la calidad.



UVM
UNIVERSIDAD VERACRUZANA

20

COMPETENCIA

Similitud en el mercado.

Cuando no se conoce con certeza el porcentaje de utilidad que deja tu producto, revisas las opciones parecidas dentro del mercado, y estableces un precio de venta similar al de tus competidores. Te asegura una posición dentro del mercado, pero quizás vendas productos por debajo su costo de producción y que pueden ocasionar pérdidas significativas.



UVM
UNIVERSIDAD VERACRUZANA

21

INTRODUCCIÓN AL MERCADO

Cuando un producto es nuevo, entiéndase un platillo o bebida, es necesario realizar algunas estrategias para asegurar que el mercado al que va dirigido, lo reciba de manera adecuada y le permita posicionarse.

La estandarización es la herramienta adecuada para poder fijar un precio en el que ganes, pero sólo un **porcentaje mínimo**, hasta que sientas que estás tomando una posición interesante en el mercado.



UVM
UNIVERSIDAD VERACRUZANA

22

INTRODUCCIÓN AL MERCADO

PRESTIGIO

Si el giro del restaurante es brindar al mercado un lugar donde sobre-salga el lujo o distinción, es necesario fijar un precio elevado desde el comienzo, esto con el fin de que a la hora de posicionarse dentro de este mercado seas visto con una imagen de prestigio. Muchos restaurantes se clasifican como elitistas por los precios elevados que incluyen en su carta, y de esta manera orientan su clientela a personas de mayores ingresos.



UVM
UNIVERSIDAD VERACRUZANA

23

PENETRACION DEL MERCADO

También es posible fijar un precio bajo, sacrificando la utilidad, para que el público comience a probar el producto, una vez que se justifique la calidad del producto, es posible elevarlo a lo ideal de manera progresiva.



UVM
UNIVERSIDAD VERACRUZANA

24

Conclusiones



UVM
UNIVERSIDAD VERACRUZANA

BIBLIOGRAFÍA

Mercado, E. Costos de alimentos y bebidas II. 2a. ed.
Editorial Gasca. México, 2016.

UVM
UNIVERSIDAD VERACRUZANA

Pizarrón

Fijación de precios				
Precio de venta Costo aprox. Calidad % de ganancia				
<table style="display: inline-table; border: none;"> <tr> <td style="padding-right: 20px;">Prod. A</td> <td style="padding-right: 20px;">Prod. B</td> <td>Prod. C</td> </tr> </table>	Prod. A	Prod. B	Prod. C	
Prod. A	Prod. B	Prod. C		

UNIDAD V	Planeación de ventas.		
TEMA	Canales de distribución.	SESIÓN	12

Diapositivas de power point

UVM Universidad del Valle de México
LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES

Costos de alimentos y bebidas
Unidad V Planeación de ventas
Sesión 12 Tema: Canales de distribución

Elaboró: C.P. Juan Pablo Herrera Canché

Objetivo:

El alumno ejemplifica los canales de distribución, para la comercialización de un producto aplicándolo a su plan de negocios.

UVM

SECUENCIA DIDÁCTICA

INDUCCIÓN	
• Pase de lista.	1 min.
• Realimentación clase anterior.	10 min.
DESARROLLO	
• Exposición del profesor.	30 min.
• ADA 19 Roleplay: acción promocional.	20 min.
CIERRE	
• Realimentar los conceptos vistos en la clase, solucionar dudas.	10 mins.
• Revisión final de proyectos y logística de la presentación de los mismos.	40 mins.

UVM

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

El camino que recorren los productos hasta llegar al usuario final.

UVM

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

a) Según la longitud.

b) Según la tecnología de compraventa.

UVM

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

a) Según la longitud.

1. Directo.
2. Corto
3. Largo

UVM

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

a) Según la tecnología de compraventa.

1. Tradicional



2. Automatizado



UVM
UNIVERSIDAD VIRTUAL MEXICANA

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

a) Según la tecnología de compraventa.

3. Audiovisuales



4. Electrónicos

UVM
UNIVERSIDAD VIRTUAL MEXICANA

ACCIONES PROMOCIONALES

La promoción consiste en aportar un beneficio tangible al producto. Y este beneficio, puede adoptar muchas formas diferentes. Debemos tener muy claro lo que queremos conseguir con estas acciones, y si el costo merece la pena.



UVM
UNIVERSIDAD VIRTUAL MEXICANA

ADA 19

Adivina el tipo de acción promocional.



UVM
UNIVERSIDAD VIRTUAL MEXICANA

EXPANSIÓN

- El concepto de crecimiento de la empresa se refiere a modificaciones e incrementos de tamaño que originan que ésta sea diferente de su estado anterior.
- Las empresas cuando crecen dan una sensación de tener posibilidades de desarrollo futuro.
- Una empresa no es estática.



UVM
UNIVERSIDAD VIRTUAL MEXICANA

CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

Es la razón máxima de capacidad productiva o de conversión para la combinación de producto existente en las operaciones de una organización.

La administración de la capacidad requiere de una buena comprensión del medio ambiente dentro del cual opera la organización.



UVM
UNIVERSIDAD VIRTUAL MEXICANA

CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

Factores a considerar:

- Expansión de la producción. (Demandas irregulares)
- Contracción de la producción. (Renta o venta de equipos).
- Mezcla de productos. (Porcentaje de uso del equipo, mano de obra).
- Cambios permanentes en la capacidad. (Inversión en nuevas maquinarias).

Conclusiones



UNIDAD VI	Análisis de costos, volumen, ganancias.		
TEMA	Presentación de plan de negocios.	SESIÓN	13

Los recursos dependerán de las necesidades de los alumnos para la realización de su presentación.

UNIDAD VI	Análisis de costos, volumen, ganancias.		
TEMA	Modelo costo, volumen, utilidad.	SESIÓN	14

El video se anexa en archivo adjunto a este documento.

Referencia:

A.A. [StarbuckBill]. (2009, Febrero 25). Behind the bash - Grammy Awards Extravaganza Part 1 of 3 [Archivo de video]. Recuperado de:
<https://www.youtube.com/watch?v=zqASX2YtpCU&t=3s>

A.A. [StarbuckBill]. (2009, Febrero 25). Behind the bash - Grammy Awards Extravaganza Part 2 of 3 [Archivo de video]. Recuperado de:
<https://www.youtube.com/watch?v=TuEFKnysE1w&t=16s>

A.A. [StarbuckBill]. (2009, Febrero 25). Behind the bash - Grammy Awards Extravaganza Part 3 of 3 [Archivo de video]. Recuperado de:
<https://www.youtube.com/watch?v=ioTsTvNrC6s>

GUÍA DIDÁCTICA DE USO DEL VÍDEO

Guía didáctica de uso de un vídeo

Nombre del Videograma: Behind the bash. Grammy awards extravanza.
<https://www.youtube.com/watch?v=zqASX2YtpCU&t=3s>
<https://www.youtube.com/watch?v=TuEFKnysE1w&t=16s>
<https://www.youtube.com/watch?v=ioTsTvNrC6s>

Breve descripción del vídeo: el vídeo reúne las tareas que se presentan en un evento de gran magnitud como son los grammy awards. En el vídeo se muestran los diversos procesos de producción y logística para poder llevar a cabo el evento.

Escuela donde se implementará: Universidad del Valle de México

Grupo, nivel: Tercer Semestre, Licenciatura Internacional en Gastronomía

Asignatura: Costos de alimentos y bebidas

Fecha: Clase 11

Forma: Se proyectará todo el video a media sesión después de presentar el tema costos y antes de volumen de producción.

Objetivo que se espera alcanzar: El identifica la importancia de la planeación en un evento de gran magnitud mediante su impacto en los costos de elaboración.

Función del vídeo: Transmisor de información.

Actividades que se deben realizar antes de visionar el vídeo:

Exposición del profesor del tema: Costos.

Presentar el video.

Actividades que se deben realizar durante

Observar atentamente.

Actividades que se deben realizar después de visionar el vídeo

Comentar en clase las preguntas de la actividad 1.

Comentar en plenaria otros aspectos como:

La importancia de la logística y la organización, así como el cuidadoso manejo de los costos.

Sugerencias y recomendaciones

El vídeo se encuentra en idioma inglés, por lo que se sugiere pausar el vídeo para verificar que todos están comprendiendo el contexto del vídeo.

Verificar conexión a internet, bocinas y haber descargado el video.

PREGUNTAS

¿Habías considerado todos los elementos que convergen en la realización de un evento?

¿Qué tan importante consideras el manejo de los costos después de ver el vídeo?

¿Tenías idea de los volúmenes de materia prima que se manejan en eventos a gran escala?

¿Consideras que un ligero cambio en el precio de un insumo puede afectar severamente al costo total del evento?

UNIDAD VII	Análisis de estrategias.		
TEMA	Estrategias de mercadotecnia.	SESIÓN	15

Diapositivas de power point

UVM Universidad del Valle de México
LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES

Costos de alimentos y bebidas
Unidad VII Análisis de estrategias
Sesión 15 Tema: Estrategias de mercadotecnia

Elaboró: C.P. Juan Pablo Herrera Canché

OBJETIVO:
El alumno reconoce las estrategias de mercadotecnia empleadas para la toma de decisiones, que contribuyan a generar utilidades en un establecimiento de alimentos y bebidas, por medio de su análisis.

UVM

Secuencia didáctica

INDUCCIÓN	
• Pase de lista.	1 min.
• Introducción al tema.	10 min.
DESARROLLO	
• Exposición del profesor.	20 min.
• ADA 24 Cuadro sinóptico sobre mercados.	30 min.
• ADA 25 Diagrama de flujo: logística de un restaurante.	30 min.
CIERRE	
• Realimentar los conceptos vistos en la clase, solucionar dudas.	10 min.

UVM

UNIDAD VII Análisis de estrategias.

- Norma técnica.
- Minimizar costos en un restaurant
- Mercado
- Logística en un restaurante.

UVM

UNIDAD VII Análisis de estrategias.

- Norma técnica.

Una norma técnica es un **documento** aprobado por un organismo reconocido que **establece especificaciones técnicas** basadas en los resultados de la experiencia y del desarrollo tecnológico, que hay que cumplir en determinados productos, procesos o servicios.

UVM

UNIDAD VII Análisis de estrategias.

- Norma técnica.

Importancia: Las normas resultan fundamentales para programar los procesos de producción.

UVM

UNIDAD VII Análisis de estrategias.

➤ Minimizar costos en un restaurant

En un restaurant, la reducción de los costos puede ofrecernos excelentes resultados para poder mejorar el rendimiento del mismo.



7

UNIDAD VII Análisis de estrategias.

➤ Minimizar costos en un restaurant

El asunto de la reducción de costos en un restaurant puede ser tan fácil como complicado al mismo tiempo. Lo importante es tomar las decisiones correctas y no tocar puntos sensibles que comprometan la calidad percibida por el cliente.



8

UNIDAD VII Análisis de estrategias.

➤ Minimizar costos en un restaurant

Lo que debemos evitar a la hora de tratar de reducir costos:

- Tocar **elementos intocables** a la hora de reducir costos. Esto ocasionará una reducción de ventas debido a que es casi seguro que estarás reduciendo la calidad de los platillos.
- a la hora de reducir costos, debemos ver la compra de ingredientes y alimentos como algo intocable



9

UNIDAD VII Análisis de estrategias.

➤ Minimizar costos en un restaurant

Lo que sí puedes hacer a la hora de tratar de reducir costos:

- Dividir tus compra semanal en dos o tres compras,, esto te permitirá reducir en un buen porcentaje la cantidad de productos que se dañan con el tiempo y vas a ir utilizando los que realmente necesitas.



10

UNIDAD VII Análisis de estrategias.

➤ Minimizar costos en un restaurant

Lo que sí puedes hacer a la hora de tratar de reducir costos:

- Es importante que estés totalmente seguro que los platillos no están siendo preparados usando demasiados elementos.
- Si tu restaurante se caracteriza por incorporar nuevos platos al menú de forma rutinaria, procura que estas novedades se compongan principalmente de **los mismos ingredientes que ya compras** o de ingredientes que no te resulten demasiado caros



11

UNIDAD VII Análisis de estrategias.

➤ Mercado

¿Qué es un Mercado?

- Conjunto de personas y organizaciones que participan de alguna forma en la compra y venta de los bienes y servicios o en la utilización de los mismos



12

Tipos de mercado

Mercado de consumo

- Son aquellos en los que se realizan transacciones de bienes y servicios que son adquiridos por las unidades finales de consumo.

Mercados industriales o institucionales

- Son aquellos que comprenden los productos y servicios que son comprados para servir a los objetivos de la organización.



Productos de consumo inmediato

La adquisición de estos productos se realizan con gran frecuencia, siendo consumidos al poco tiempo de su compra.



Productos de consumo duradero

Utilizados a lo largo de diferentes períodos de tiempo hasta que pierden su utilidad o quedan anticuados



Servicios

Adquieren bienes intangibles para su satisfacción presente o futura.



Compradores industriales

- Son aquellos que adquieren bienes y servicios para la obtención de productos intangibles que son objeto de comercialización posterior



Compradores institucionales

- Son aquellos que adquieren bienes y servicios para la obtención de productos generalmente intangibles, la mayoría de los cuales no son objeto de comercialización



Compradores intermediarios industriales

- Están formados por los compradores de bienes y servicios para revenderlos posteriormente o para facilitar la venta de otros productos.



UVM
UNIVERSIDAD VIRTUAL MEXICANA

Naturaleza de los productos

- Mercados de productos agropecuarios y procedentes del mar.
- Mercados de materias primas.
- Mercados de productos técnicos o industriales.
- Mercados de productos manufacturados
- Mercados de servicios.

UVM
UNIVERSIDAD VIRTUAL MEXICANA

OTROS TIPOS DE MERCADO



UVM
UNIVERSIDAD VIRTUAL MEXICANA

- Mercado abierto, es aquel que utiliza el gobierno para regular el volumen de dinero que circula dentro del país.
- Mercado de cambios, se usa para pa compra venta de divisas.
- Mercado de cambios al contado, se utilizan al momento en el que se adquieren.
- Mercado de cambios de futuro, se utilizan en el momento o con una fecha fijada.
- Mercado de capitales, es aquel en donde se realizan la compra-venta de títulos valor, representativos de activos financieros de empresas y otras unidades económicas como son las acciones, obligaciones y títulos de deuda de largo plazo.
- Mercado de crédito, donde las operaciones financieras se realizan a través de un banco y las instituciones de inversión.
- Mercado de valores, donde las operaciones financieras se realizan mediante las transacciones de títulos valores en La Bolsa de comercio.

UVM
UNIVERSIDAD VIRTUAL MEXICANA

- Mercado de cupones, operaciones de contratación de derechos de suscripción a La Bolsa de comercio.
- Mercado de dinero, operaciones financieras a corto plazo.
- Mercado de divisas, transacciones de monedas extranjeras entre los diferentes bancos delegados.
- Mercado de ocasión, lugares donde se realiza la venta de productos ventajosos como es la venta de segunda mano, fuera de moda, etc

UVM
UNIVERSIDAD VIRTUAL MEXICANA

- Mercado de valores, conjunto de personas, entidades públicas o privadas, relacionadas con la emisión, contratación y control de valores negociables.
- Mercado interior, cuando más empresas realizan transacciones dentro de su propio país.
- Mercado exterior, cuando las empresas hacen transacciones fuera de su propio país.
- Mercado negro, transacciones que se realizan fuera de la ley.



UVM
UNIVERSIDAD VIRTUAL MEXICANA

- Mercado potencial, es la cantidad máxima que de un producto o servicio puede venderse durante un periodo dado de tiempo en un mercado y en unas condiciones determinadas.
- Mercado central mayoristas, lugares donde se vende al por mayor de productos agrícolas ganaderos y pesqueros como lo son las centrales de abastos y los mercados de alguna empresa.
- Mercado de tránsito, mercados que se encuentran en puertos y pasos de fronteras

UNIDAD VII Análisis de estrategias.

➤ Logística

En equipos de cinco integrantes leer el tema de Logística, y elabora un diagrama de flujo de: el almacén, la cocina y el restaurante. Compartir en la sesión.

Conclusiones



Antología

Libros

Libro 1	Cuevas, F. (2016). Control de costos y gastos en los restaurantes. México: Limusa.	Sesiones 1, 2, 3, 7, 8, 9, 14
Libro 2	Mercado, E., Iñigo, R. & Cabrera, D. (2015). Costos de alimentos y bebidas 1. México: Gasca.	Sesión 2
Libro 3	Hansen, D. & Mowen, M. (2006). <i>Administración de costos: contabilidad y control</i> . 5a. ed. México: Cengage Learning. pp 746-749.	Sesión 4 y 5
Libro 4	Durón, C.(2011). Ingeniería del menú. México: Trillas. pp. 63-70	Sesión 9
Libro 5	Mercado, E. & Iñigo, R. (2016) Costos de alimentos y bebidas. 2a. ed. México: Gasca.	Sesión 10

Sitios web

Recurso 1	A.A. (2011, mayo). Consultorio gastronómico de Chefuri (XXVIII): calcular el costo de un menú. Recuperado el 2 de abril de 2017 de: http://blog.chefuri.com/gastronomia/consultorio-gastronomico-de-chefuri-xxviii-calculiar-el-costo-de-un-menu/	Sesión 9
Recurso 2	GestioPolis.com Experto. (2002, Abril 12). <i>¿Qué es un canal de distribución?</i> . Recuperado el 2 de abril de 2017 de: https://www.gestiopolis.com/que-es-un-canal-de-distribucion/	Sesión 12
Recurso 3	A.A. (2015, mayo). Estrategia de promoción de ventas. Recuperado el 2 de abril de 2017 de: https://www.emprendices.co/estrategia-promocion-ventas/	Sesión 12
Recurso 4	Ruiz, C. (s.f.). <i>Crecimiento y formas de desarrollo de la empresa</i> . Recuperado el 2 de abril de 2017 de: http://www4.ujaen.es/~cruiz/diplot-4.pdf	Sesión 12
Recurso 5	Gómez, G. (2001, Enero 11). <i>La administración del capital de trabajo</i> . Recuperado el 2 de abril de 2017 de https://www.gestiopolis.com/administracion-capital-trabajo/	Sesión 14

Recurso 6	GestioPolis.com Experto. (2002, Marzo 2). <i>¿Qué es una inversión?</i> . Recuperado de https://www.gestiopolis.com/que-es-una-inversion/	Sesión 14
Recurso 7	Portas, N. (2003, Noviembre 2). <i>Gestión de pagos y cobranzas</i> . Recuperado de https://www.gestiopolis.com/gestion-de-pagos-y-cobranzas/	Sesión 14
Recurso 8	Gómez, G. 2001, Enero 11). <i>Definición y cálculo del interés</i> . Recuperado de https://www.gestiopolis.com/definicion-calculo-interes/	Sesión 14
Recurso 9	Esterski, J. (s.f). <i>Reducir costos de un restaurante</i> . Recuperado el 2 de abril de 2017 de: http://restaurantelleno.com/reducir-costos-de-restaurante.html	Sesión 15
Recurso 10	Al por mayor. (s.f.). <i>Logística en un restaurant</i> . Recuperado lel 2 de abril de 2017 de: http://www.alpormayor.ws/logistica/servicios/logistica-restaurante.html	Sesión 15
Recurso 11	Panorama supply. (2016, junio 26). <i>¿Cuál es la logística de un restaurante de un hotel?</i> . Recuperado el 2 de abril de 2017 de: http://elcomercio.pe/suplementos/comercial/panorama-supply/como-se-desarrolla-logistica-restaurante-hotel-1002236	Sesión 15
Recurso 12	González, M. (2002, Julio 20). <i>Concepto de mercado y sus tipos</i> . Recuperado de https://www.gestiopolis.com/concepto-mercado-tipos/	Sesión 15
Recurso 13	A.A. (s.f.). <i>Fuentes de información</i> . Recuperado el 2 de abril de 2017 de: http://www3.uah.es/bibliotecaformacion/BPOL/FUENTESDEINFORMACION/normas_tcnicas.html	Sesión 15