



República Bolivariana de Venezuela
Universidad de los Andes
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Postgrado en Ciencias Contables
Especialidad en Ciencias Contables. Mención Costos
Mérida estado Mérida

Impacto de la pandemia Covid 19 en los costos de la calidad del servicio gastronómico. Caso: Restaurantes de comida rápida del Casco Central del municipio Libertador. Estado Mérida, Venezuela

Trabajo de Grado presentado como requisito de mérito parcial para optar al Grado de Especialista en Ciencias Contables, Mención Costos.

Autor: Dary Yurley Amaya Contreras

Tutor: Marysela Coromoto Morillo Moreno

Mérida, Febrero del 2023

C.C. Reconocimiento

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
ÍNDICE GENERAL	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	viii
ÍNDICE DE CUADROS	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xi
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xii
Resumen	xiii
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I	5
Planteamiento del problema	5
Formulación del Problema.....	13
Objetivos de la Investigación	14
<i>Objetivo General</i>	14
<i>Objetivos Específicos</i>	14
Importancia y justificación de la investigación	15
Alcance de la investigación	17
Limitaciones de la investigación	18
CAPÍTULO II	19
MARCO TEÓRICO	19
Antecedentes de la Investigación	19
Bases Teóricas.....	23
Marco Legal.....	56

Sistema de variables	73
CAPÍTULO III	79
MARCO METODOLÓGICO	79
Enfoque y diseño de la investigación.....	79
Población y marco muestral	82
Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	93
Confiabilidad y validez de los instrumentos de recolección de datos	95
Técnicas de procesamiento y análisis de datos	97
CAPÍTULO IV	99
RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LOS DATOS	99
CAPÍTULO V	137
CONCLUSIONES.....	137
Recomendaciones	141
Futuras líneas de investigación.....	147
BIBLIOGRAFÍA.....	148
ANEXOS	164

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Estructura de costos para establecimientos de alimentos y bebidas	44
Tabla 2 Costos de conversión para establecimientos gastronómicos	45
Tabla 3 Estado de Resultados para establecimientos gastronómicos	48
Tabla 4 Clasificación de los costos de calidad.....	51
Tabla 5 Informe comparativo de costos de calidad.....	54
Tabla 6 Prevención y mitigación de COVID-19.....	71
Tabla 7 Establecimientos ubicados en el Casco Central de la Ciudad de Mérida	90
Tabla 8 Marco muestral: Establecimientos considerados de comida rápida, activos y ubicados en el Casco Central de la ciudad de Mérida	91
Tabla 9 Características de los establecimientos de comida rápida ubicados en el casco central del municipio Libertador del estado Mérida, Venezuela	99
Tabla 10 Proporción de los servicios ofrecidos por los establecimientos, antes, durante y después de la cuarentena radical por Covid-19.....	107
Tabla 11 Cantidad de clientes o comensales atendidos, antes, durante y después de la cuarentena radical por Covid-19.....	108
Tabla 12 Recepción y desembarque de materiales y suministros	111
Tabla 13 Métodos de cobro y recepción de clientes por día.....	115
Tabla 14 Servicio de <i>delivery</i> de los establecimientos estudiados	118
Tabla 15 Comportamiento de los costos de los alimentos y bebidas incurridos en los establecimientos estudiados	121
Tabla 16 Costos de mano de obra incurridos en los establecimientos estudiados.....	122
Tabla 17 Costos generales del servicio incurridos en los establecimientos estudiados.....	123
Tabla 18 Costos generales del servicio incurridos en los establecimientos estudiados.....	124
Tabla 19 Costos de bioseguridad incurridos en los establecimientos estudiados.....	125
Tabla 20 Actividades y costos de la calidad en los establecimientos estudiados.....	129

Tabla 21 Estructura y comportamiento de los costos de calidad de los establecimientos de comida rápida estudiados..... 132

Tabla 22 Estructura de costos de calidad recomendada para los establecimientos de comida rápida estudiados..... 142

www.bdigital.ula.ve

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Establecimientos de comida ubicados en Casco Central de la Ciudad de Mérida, municipio Libertador del estado Mérida	84
--	----

www.bdigital.ula.ve

ÍNDICE DE GRÁFICOS

<i>Gráfico 1.</i> Comportamiento de los costos de calidad.....	55
<i>Gráfico 2.</i> Estructura de costos venezolana en el marco de la LOPJ.	66
<i>Gráfico 3.</i> Proporción de establecimientos de comida ubicados en el municipio Libertador del Estado Mérida.....	87
<i>Gráfico 4.</i> Cartografía del casco central de la ciudad de Mérida.....	88
<i>Gráfico 5.</i> Actividad realizada por los establecimientos o restaurantes ubicados en el Casco Central del Estado Mérida.	90
<i>Gráfico 6.</i> Constitución de los establecimientos de comida rápida ubicados en el casco central del municipio Libertador del estado Mérida, Venezuela.	101
<i>Gráfico 7.</i> Tiempo de operatividad de los establecimientos de comida rápida ubicados en el casco central del municipio Libertador del estado Mérida, Venezuela.....	102
<i>Gráfico 8.</i> Dimensión de los establecimientos de comida rápida ubicados en el casco central del municipio Libertador del estado Mérida, Venezuela. Medidos por la cantidad de trabajadores que emplean.....	103
<i>Gráfico 9.</i> Productos ofrecidos por los establecimientos de comida rápida ubicados en el casco central del municipio Libertador del estado Mérida, Venezuela.....	105
<i>Gráfico 10.</i> Comportamiento de las ventas en los establecimientos de comida rápida ubicados en el casco central del municipio Libertador del estado Mérida, Venezuela.....	109
<i>Gráfico 11.</i> Comportamiento de los costos de los alimentos y servicios ofrecidos en los establecimientos de comida rápida ubicados en el casco central del municipio Libertador del estado Mérida, Venezuela.	120
<i>Gráfico N° 12.</i> Aumento en las actividades de limpieza y desinfección en establecimientos de comida rápida ubicados en el casco central del municipio Libertador del estado Mérida, Venezuela.....	127

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo a. Registro de Cormetur de los Establecimientos ubicados en el municipio libertador del Estado Mérida	164
Anexo b. Cuestionario estructurado, aplicado en la entrevista de los establecimientos muestreados	170
Anexo c. Guía de observación, aplicada indirectamente a los establecimientos muestreados	184
Anexo d. Evaluación del cuestionario por parte de experto	186

www.bdigital.ula.ve



**UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
POSTGRADO EN CIENCIAS CONTABLES
Mérida –Venezuela**

Impacto de la pandemia Covid 19 en los costos de la calidad del servicio gastronómico. Caso: Restaurantes de comida rápida del Casco Central del municipio Libertador. Estado Mérida, Venezuela

Trabajo de Grado presentado como requisito de mérito parcial para optar al Grado de Especialista en Ciencias Contables, Mención Costos.

Autora: Lcda. Dary Amaya
Tutora: Dra. Marysela Morillo
Año: 2023

Resumen

En el marco de la pandemia por Covid- 19, a nivel económico se hace pertinente determinar el impacto de la pandemia por Covid-19, en los costos de calidad del servicio prestado por los restaurantes de comida rápida, ubicados en el casco central del municipio Libertador del estado Mérida, Venezuela, de cara a su competitividad y permanencia en el mercado. Para el alcance del anterior objetivo, se diseñó una investigación descriptiva y analítica de enfoque mixto; a partir de una recolección sistemática de datos de fuentes primarias y secundarias, se hallaron resultados de interés que apuntan a concluir sobre deficiencias en cuanto a su estructuración de costos y al desarrollo espontáneo de estrategias de administración de costos de calidad con las cuales los empresarios tratan de adaptarse a los cambios impuestos por la pandemia por Covid-19, y sobrevivir, pese a que no poseen un sistema o una estructuración de costos de calidad como tal. A partir de dichas

conclusiones, se recomienda con miras a reducir costos e incrementar la calidad de los productos y/o servicios ofrecidos, el uso de un sistema de costos de calidad, en el cual se estructuren los costos incurridos en el establecimiento por satisfacer a sus clientes, y se visualicen las pérdidas de su insatisfacción.

Palabras clave: Costos, calidad, contabilidad, competitividad, eficiencia, Covid-19.

www.bdigital.ula.ve

INTRODUCCIÓN

La pandemia por Covid-19, originada en diciembre del año 2019 en China, ha cuestionado y modificado todas las proyecciones económicas en el mundo. La emergencia sanitaria ocasionada ha afectado en gran medida a las organizaciones más sólidas, mientras que a las organizaciones emergentes han quedado sepultadas; todo ello ha sido consecuencia de una de las peores crisis sanitarias en los últimos años, puesto que, al analizar los diferentes escenarios, se pueden evidenciar los estragos causados en todos los ámbitos (sanitario, económico, social, etc.). A más de dos años del inicio de la pandemia por Covid-19, se siguen evaluando sus efectos, tanto sanitarios, económicos, políticos, entre otros, que ha dejado a su paso el virus Covid-19 y sus variantes más recientes.

Venezuela desde hace algunos años, atraviesa una grave crisis económica y social, lo cual se acentuó con la llegada del virus Covid-19 el cual no ha dejado al margen ningún sector en el país, puesto que la emergencia sanitaria paralizó todas las actividades (empresariales, académicas, religiosas, etc.) además de colapsar el sector sanitario. Con el paso del tiempo, según las declaraciones de las autoridades nacionales, la situación sanitaria en Venezuela al igual que en muchos países ha sido superada en gran medida; sin embargo, a nivel económico Venezuela no se ha logrado estabilizar. Las empresas para seguir con sus operaciones comerciales debieron adaptarse a una nueva realidad, y en muchos casos restringirse, tuvieron que diseñar ingeniosas salidas y estrategias que le permitieran continuar operando en el mercado.

En Venezuela, al igual que en todo el mundo, unos de estos sectores económicos que se vieron más afectados fueron los establecimientos que ofrecen el servicio de comida preparada (restaurantes); los mismos fueron enormemente perjudicados, dado que por recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud (OMS) una de las medidas para evitar el contagio es el distanciamiento físico de una persona a otra, lo cual incluye evitar la presencia de varias personas en lugares cerrados. Por lo anterior, para este tipo de empresas el impacto negativo del Covid-19, fue evidente y muy agudo al ser obligadas por cierto tiempo, y por razones de salud pública, a cerrar sus puertas y a restringir sus servicios, con impactos considerables en el nivel de sus costos y de la calidad de sus servicios, arriesgando sus futuras ventas y la referencia o fidelidad de sus clientes.

Posteriormente, cuando por orden gubernamental se permitió la activación de los restaurantes, y reanudar sus actividades económicas, su proceso de reactivación y de prestación de servicios a sus comensales fue lento, pues al inicio solo se les permitió prestar el servicio de entrega a domicilio (*delivery*), y no prestar el servicio con comensales dentro del establecimiento. En estas circunstancias, las empresas se ajustaron para operar, incorporando el reparto a domicilio; previo a esta contingencia, eran pocas las organizaciones que prestaban dicho servicio a sus clientes, pero actualmente se ha convertido en un negocio lucrativo para quienes vieron una oportunidad de negocios en el mismo. Así mismo, este tipo de negocios debieron ajustar su organización a las normas de bioseguridad, puesto que debían cuidar a sus empleados y clientes, de acuerdo a las directrices emitidas por la Organización Mundial de Turismo, en conjunto con la OMS, para reiniciar el turismo en sus diversos sectores, incluyendo el gastronómico (OMT, 2020).

Todo lo anterior se agudiza, al considerar que actualmente debido a la situación ocasionada por el Covid-19 y las nuevas formas de operar de las empresas en la búsqueda de otras alternativas y estrategias tanto en cómo producir y ofrecer su servicio, existen costos adicionales que la empresa no tenía planeados y mucho menos identificados, asociados a la calidad y no calidad de su servicio.

Internamente los restaurantes se ven inmersos en una compleja problemática o dilema entre ofrecer productos sin calidad y afrontar los costos de la no calidad, u ofrecer productos y/o servicios con la calidad que espera el cliente, asumiendo los costos de dicha calidad. Esta decisión puede hacer que la empresa se haga más competitiva o más invisible en el mercado, lo cual es un tema álgido dado que producto de la pandemia han surgido nuevos competidores en el sector gastronómico, como emprendimientos. En estas circunstancias, si la empresa no puede afrontar tal situación, puede llegar incluso a la decisión de cerrar sus puertas. Por lo que urgen diseñar alternativas para la optimización de costos sin menoscabar la calidad en sus operaciones.

Ante el panorama descrito, es necesario estudiar el efecto de la pandemia en los costos de calidad de las pequeñas empresas del ramo de la gastronomía, dedicadas a la elaboración de comida rápida, como forma propicia para abordar la estructura de costos en el marco de la calidad del servicio y primer paso para medir en términos monetarios los avances de los programas o cambios en los procesos de operación producto del Covid-19, y de esta manera optimizar los esfuerzos por lograr mejores niveles de calidad, y de costos para su permanencia en el mercado. Específicamente, la presente investigación tuvo por objetivo: Determinar el impacto de la pandemia por Covid-19, en los costos de calidad del servicio prestado por los restaurantes de comida rápida, ubicados en el casco central del municipio Libertador del estado Mérida, Venezuela, de cara a su competitividad y permanencia en el mercado.

Para ello se diseñó una investigación de enfoque mixto, y a partir de una recolección sistemática de datos en fuentes primarias y secundarias se hallaron resultados de interés que apuntan a concluir sobre deficiencias en cuanto a la estructura de costos y al desarrollo espontáneo de estrategias de administración de costos de calidad con las cuales los empresarios tratan de adaptarse a los cambios impuestos por la pandemia por Covid-19, y sobrevivir, pese a que no poseen un sistema o una estructuración de costos de calidad como tal.

A partir de dichas conclusiones, se recomienda el uso de un sistema de costos de calidad, en el cual se estructuren los costos incurridos en el establecimiento por satisfacer a sus clientes y se visualicen las pérdidas de su insatisfacción, con miras a reducir sus costos e incrementar la calidad de los productos y/o servicios ofrecidos para la competitividad en el mercado.

El presente informe de investigación se encuentra estructurado en cinco capítulos. El primero aborda el contexto y la problematización del tema estudiado, lo cual incluye las interrogantes, los objetivos, el alcance y la delimitación del estudio, así como su justificación. El segundo capítulo contiene los fundamentos teóricos, lo cual incluye las bases teóricas, los antecedentes y las bases legales, consultadas en la recolección de datos en fuentes secundarias. El tercer capítulo, expone el diseño metodológico del estudio, incluyendo el detalle de las técnicas de muestreo abordadas y las técnicas e instrumentos de recolección de datos utilizados. Como cuarto capítulo, se presentan los resultados hallados en la investigación, seguidos del capítulo cinco contentivo de las conclusiones, las recomendaciones y las futuras líneas de investigación sugeridas.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del problema

Al finalizar el año 2019 y comenzando el año 2020, se dieron a conocer los primeros casos de un nuevo virus, llamado coronavirus, una de las enfermedades de transmisión humana de mayor contagio de los últimos años. Dicho virus tuvo su primer reporte en China, luego de manera rápida se extendió progresivamente al resto del mundo. Por tal motivo, el 11 de marzo de 2020, la Organización Mundial de la Salud (OMS), como organismo rector de las Naciones Unidas, declaró la enfermedad como una pandemia producida por el virus coronavirus de tipo 2 (SRAS-CoV-2), mejor conocido como Covid-19. La OMS declaró el COVID-19 como “...emergencia para la salud pública de importancia internacional y promulgó un conjunto de recomendaciones... en colaboración con expertos globales, gobiernos y asociados para..., hacer un seguimiento de la propagación y la virulencia del virus, y asesorar a países y a la comunidad global... para proteger la salud y prevenir la propagación del brote.” (Organización Mundial del Turismo -OMT- (2020a, p. 1).

El Banco Interamericano de Desarrollo (BID, 2020) contextualiza el inicio de la pandemia, al mencionar el primer reporte de casos de neumonía emitido por la Comisión Municipal de Salud de la ciudad china de Wuhan, el 31 de diciembre del 2019. A partir de allí existió una emergencia de salud pública de repercusión internacional; para el momento se tenían 7.818 casos reportados, en 19 países del mundo. En Italia se reportó el primer caso el 31 de enero 2020, y en España se

reportó el primer caso el 1 de febrero del mismo año, siendo estos dos países europeos los más afectados durante la primera etapa de la pandemia (BID, 2020, p. 7).

En América Latina y el Caribe, según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2020), los primeros casos se detectaron a inicios del mes de marzo del año 2020, en varios países. Como respuesta a tal situación, los mandatarios de dichos países, aplicaron las medidas sugeridas por la OMS para frenar la transmisión del virus. Estas medidas fueron la cuarentena de sus ciudadanos, opcional en algunos países y obligatoria para otros, enfocando toda su atención en buscar soluciones que detuvieran los contagios y en mitigar sus efectos sociales y económicos; también, aplicaron rápidamente muchas otras recomendaciones de la OMS, para reducir la dispersión del virus, como el distanciamiento entre las personas, se hizo obligatorio la restricción de la movilidad de sus habitantes, se implementó la cuarentena y el cierre de centros educativos, centros de diversión y de fronteras, y se suspendió todo evento de concentración o reunión pública, incluyendo los restaurantes. Además, difundieron campañas masivas donde se promovía el distanciamiento, logrando una disminución drástica en la circulación y reunión de personas en las últimas semanas del mes de marzo del año 2020 (CEPAL; 2020, p. 7).

La repercusión de la pandemia ha sido evidente en todos los ámbitos económicos, como un efecto dominó. Este fue el caso de América Latina y el Caribe, cuyo desarrollo económico ha sido lento, en sus últimos años, agravado por la pandemia. Según la CEPAL (2020), la pandemia ha sido la causa de una de las mayores crisis económicas y sociales, en las regiones y en el mundo. Su impacto negativo, en los puestos de trabajo, en la reducción de la pobreza, y en la desigualdad social se hace presente (CEPAL, 2020, p. 8). En materia comercial, según Organización Mundial del Comercio (2020) el volumen del comercio mundial tuvo una drástica reducción, dicha organización estimó una caída entre 13% y 32% en el año 2020, pese a que el volumen del comercio mundial presentaba una tendencia negativa antes de la pandemia, por ejemplo, en el año 2019 tuvo un retroceso de 0,4%.

A nivel mundial las consecuencias han sido notorias, pero más notorias se hacen en Venezuela, país que desde hace años ya ha estado sumergido en una crisis social, económica y política. Previo a la pandemia, Venezuela desde hace años atraviesa una de las crisis más inclementes de su historia, por lo que el Banco Central de Venezuela (BCV) agotó sus reservas internacionales operativas, cuando los menguados ingresos petroleros no cubrieron la pesada carga de obligaciones financieras externas (Vera, 2018). Lo anterior, es confirmado para Venezuela por la CEPAL, en su Estudio Económico de América Latina y el Caribe del 2021, al vaticinar un escenario poco alentador; de acuerdo a sus evaluaciones, la actividad económica venezolana se redujo en el año 2020 por séptimo año consecutivo, “registró una tasa de variación anual del -30%. ...la reducción del PIB fue generalizada... tanto en el sector petrolero como en el no petrolero”. Esta reducción es la mayor mengua registrada por la economía del país desde el año 1950 (CEPAL, 2021).

En materia económica, comercial y turística, uno de los sectores más afectados por la pandemia es el turismo, tanto en Venezuela como en el mundo, debido al cierre de los aeropuertos y a la restricción en la movilidad entre las fronteras internacionales. Por ello, la OMT (2020) declaró la emergencia del sector durante los años 2020 y 2021, y su recuperación estuvo sujeta a la apertura de las fronteras a nivel mundial. De acuerdo a Morillo (2021), el crecimiento histórico indetenible del turismo mundial, desde el año 1950 cuando comenzaron los registros turísticos, fue sorprendido por el Covid-19, con la más drástica caída en llegadas internacionales (-44%) en apenas los primeros cuatro meses del año 2020. Específicamente, según la OMT históricamente ninguna de las conmociones o crisis mundiales había causado tanto estrago en el turismo, como la emergencia del Covid-19, a excepción de la primera y segunda guerra mundial, e indica que la pandemia del Covid-19 afectó a la actividad turística con mayor severidad que a otros sectores económicos (*World Tourism Organization -UNWTO-*, 2020). Para el primer trimestre del año 2020, la llegada de turistas internacionales retrocedió a una fracción respecto al año anterior, es decir, la disminución fue del 22% (67 millones de llegadas internacionales y USD

80 mil millones en ingresos por exportaciones en turismo internacional, menos); ya para abril del año 2020 dicho retroceso fue del 97%, respecto al año 2019 (OMT, 2020a).

Según la CEPAL (2020), este retroceso en el turismo ha tenido su "... repercusión en el empleo, y en los ingresos de los hogares,... donde ese sector emplea a unos 2,4 millones de personas y representa el 15,5% del PIB". Esta organización acota que la contracción del turismo se sentirá con más intensidad en las micro y pequeñas empresas turísticas, donde el peso del sector hotelero y de los restaurantes es grande, representando un "... 99% de las empresas y el 77% del empleo..." (p. 13).

En el contexto de las micro y pequeñas empresas, según la Federación de Cámara de Comercio Centroamericano (FECAMCO; 2020; citado por la CEPAL 2021), en Centroamérica, se estima que el 50% de las empresas, requieren aproximadamente entre cuatro y nueve meses para recobrar el nivel de ingresos alcanzado antes de la crisis sanitaria. Esta situación se complica para las microempresas o pequeñas entidades, las cuales necesitarían de un período entre siete meses y más de un año. La CEPAL (2021) también menciona que "...el impacto será muy diferente según el sector y el tipo de empresa,... los sectores fuertemente afectados son... el comercio y los hoteles y restaurantes" (p. 6), con la mayor cuantía de microempresas y pequeñas entidades.

En el sector de la gastronomía, en Colombia a finales del año 2019 de 90.000 restaurantes en funcionamiento 22.000 cerrarán sus puertas definitivamente, según la Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica (ACODRES) (Coneo, 2020). En Ecuador, Villegas (2021) comenta que, el virus puso en riesgo a gran parte de las empresas pequeñas, las cuales generan en ese país más del 1,5 millones de empleos entre directos e indirectos. Estas empresas, durante la pandemia, "...no contaban con los ingresos necesarios para soportar los días de cierre de la cuarentena. Por ello, los restaurantes son uno de los grupos más magullados por la... pandemia..." (p.15).

Esta situación de sostenibilidad de las empresas en medio de la Pandemia Covid-19, estuvo asociada en muchas oportunidades a las estrategias de operación de

las empresas, dadas las medidas de distanciamiento social impuestas por la OMS y seguidas por los gobiernos a nivel mundial. Se trató de protocolos de seguridad diseñados por la OMS y demás soluciones innovadoras propuestos por la OMT (2020b), los cuales sugerían el rediseño de procesos para minimizar los posibles puntos de contacto con los clientes (entradas y reservas y pagos online, sin contacto en todos los servicios, reducción de la cantidad de personas y de movimiento dentro del local, servicios de *catering*, de comida para llevar y de reparto a domicilio y demás procedimientos para reducir la interacción entre empleado y cliente), también se contempló la limpieza frecuente de superficies expuestas al mayor contacto, con desinfectantes permitidos y métodos más eficientes (pulverizadores electrostáticos o la luz ultravioleta, etc.), y la comunicación persistente y clara sobre los protocolos y normativas vigentes dirigidas a clientes y empleados (OMT, 2020b).

En el caso de los restaurantes, específicamente, su operación y sostenibilidad durante la pandemia depende de los procedimientos para la prestación del servicio, con las medidas antes expuestas, las cuales lógicamente deben tener un impacto en la calidad del servicio y por ende en su estructura de costos. Se entiende, que los ajustes operativos de los restaurantes, según Morillo (2015), pueden impactar de manera negativa a los consumidores y a la empresa, ya que un restaurante además de productos, brinda un servicio, ofrecen experiencias, lo cual se traduce en calidad del servicio. De allí que se considera que un servicio deficiente o de escasa calidad, puede impactar negativamente el nivel de consumo de los clientes al afectar la percepción del mismo, y por lo tanto el nivel de ingresos o ventas de las empresas. Lo anterior es debido a que, según Guzmán y Cárcamo (2014), los restaurantes son más que un servicio, los mismos se ubican en una dicotomía, es decir, son un producto al cual se le agrega atención o servicio al cliente, compuestos por elementos tangibles (alimentos y bebidas), e intangibles (servicio y la atención al cliente).

De tal manera que el impacto de la crisis depende en buena parte de las estrategias de operación, que inciden a su vez en la calidad del servicio, en el nivel de ventas y en la estructura de costos. En el caso de los restaurantes colombianos, a pesar que los mismos han encontrado una solución en el reparto a domicilio, no todos

pueden prestar este servicio adicional, debido a que no cuentan con la estrategia logística necesaria; por ello, en abril del año 2020 el 24% de restaurantes que operaba a domicilio (*delivery*), para suplir la caída de sus ventas, retrocedió al 18% (Coneo, 2020).

Igualmente, en Ecuador, según Coneo (2020), la entrega a domicilio ubica a los restaurantes en una difícil situación; para mayo del año 2020, las ventas de estas empresas no llegaron al 12% del total de ventas alcanzadas antes de la crisis sanitaria, los cuales no cubren la totalidad de costos fijos de su servicio *delivery*. Por ello, según el Diario El Comercio (2020, citado por Villegas, 2021), para el año 2020, el 19% de los restaurantes cerraron sus puertas, siendo uno de las proporciones más bajas dentro del sector comercial. Lo anterior se suscitó en medio de fuertes cambios, dado que “el 65% de los encuestados vio empeorar su negocio, el 60% vio un incremento en el costo de los alimentos y por último un 83% percibe temor por parte de los clientes al ingresar a los establecimientos” (p. 17).

En Venezuela a los pocos días de decretar la cuarentena radical, en marzo del año 2020, dada la urgencia por reactivar la economía y de explotar todo su potencial económico y muy especialmente en el turismo (Vera, 2018 y Provea, 2021), a los restaurantes se les permitió reanudar sus operaciones diarias, siempre y cuando fuese servicio para llevar o como servicio *delivery*, así lo mencionó Iván Puerta, presidente de la Cámara Nacional de Restaurantes (CANARES) (García, 2020). En este contexto, por lo menos el 70% de los restaurantes que la conforman, logró ajustarse “a la fórmula *delivery* o *pick up*; sin embargo, estas modalidades de servicio solo generan entre 10% y 20% de las ventas que solían registrar estas empresas”, por lo que se considera adecuado disponer de estrategias que permitan tener un control de costos, en especial de los costos de la calidad del servicio prestado, en la búsqueda del equilibrio entre calidad y costo, y así hacer frente a la reducción de sus ventas.

Ciertamente, en la búsqueda de este equilibrio, son varias las empresas que trazan estrategias para tener el mínimo costo en el producto y/o servicio que ofrecen, y así poder fijar el menor precio de venta permitido sin ocasionar pérdidas, tratando de incrementar sus ventas y obtener el anhelado margen de ganancia, aún cuando las

ventas alcanzadas sean moderadas (Morillo y Cardozo, 2017). Se trata de una estrategia para el desarrollo de ventajas competitivas, basada en el liderazgo en costos; sin embargo, para posicionarse como líderes en costos, en el nicho de mercado en que se desenvuelven, comúnmente las empresas eliminan costos de producción y de prestación del servicio sin considerar las exigencias de sus clientes y por tanto la calidad del servicio (Morillo, 2021a). En todo caso, estas empresas se ven inmersas en una compleja problemática o dilema entre ofrecer productos sin calidad y afrontar los costos de la no calidad, u ofrecer productos y/o servicios con la calidad que espera el cliente, asumiendo los costos de dicha calidad. Esta decisión puede hacer que la empresa se haga más competitiva o más invisible en el mercado, lo cual es un tema álgido dado que producto de la pandemia han surgido nuevos competidores en el sector gastronómico, como emprendimientos.

Todo lo anterior se agudiza al considerar que actualmente debido a la situación ocasionada por el Covid-19 y las nuevas formas de operar de las empresas, en la búsqueda de otras alternativas y estrategias, tanto en el cómo producir y ofrecer su servicio, existen costos adicionales, costos que la empresa no tenía planeados y mucho menos identificados, asociados a la calidad y no calidad de su servicio.

Venezuela, y su crisis multidimensional con el colapso en los servicios básicos, que afecta en gran escala al desarrollo de todas sus entidades incluidas el estado Mérida, y en especial al sector turístico (Provea, 2021), se debe estar atento al funcionamiento empresarial, y más aún a las empresas gastronómicas, presionadas por los constantes y crecientes emprendimientos.

En el estado Mérida, importante entidad ubicada que el occidente del país por poseer la mayor densidad poblacional de la región, las empresas gastronómica son consideradas en su mayoría como Pymes pertenecientes a un sector estratégico (turístico) de alta vulnerabilidad (Morillo, 2009), dedicadas en su mayoría a la preparación de comida rápida; así lo presentan las cifras mostradas por la Corporación Merideña de Turismo –CORMETUR- (2019), al indicar que los restaurantes del estado se concentran en su mayoría en el casco central de su ciudad capital (Mérida), calificados a su vez como prestadores de servicio de comida rápida

(de un total de 585 restaurantes en el estado, 325 se ubican en el Municipio Libertador, de los cuales 220 son de comida rápida). Sobre estas empresas urge estar atentos; dado que, como menciona Herrera (2020), existen estrategias que pueden contribuir a generar utilidades aceptables, lo cual permite a estas empresas seguir operando con ingresos reducidos, con la esperanza de que sobrevivan una vez termine la pandemia.

Así mismo también existen empresas cuya actividad comercial está tan deprimida, que apenas les permite sobrevivir, dado que facturan solo para cubrir costos y gastos, y en ocasiones no pueden autofinanciarse y tampoco asumir financiamiento externo. Por lo que cubrir los costos de las medidas de bioseguridad propuestas por la OMS y la Organización Internacional del Trabajo -OIT- (2020, pp. 9-11), se hace difícil. Por ello, la misma OIT y la OMS sugieren implementar “la lista de comprobación”, como herramienta que facilita a las pymes determinar si están en capacidad de hacer frente y ayudar a frenar la propagación del COVID, y de futuras enfermedades. En estas circunstancias, es importantes para la empresas cubrir los costos de los procesos de seguridad, dado que según Jaime (2020), dichas medidas son indispensables como medidas de prevención de contagio; según el gobierno venezolano, las empresas deben cumplir estrictamente las normas de bioseguridad para estar abiertas y prestar sus servicios, además es importante que en la nueva normalidad se adapten a los cambios con nuevas estrategias operativas para garantizar la salud de sus empleados. En estas circunstancias, si la empresa no puede afrontar tal situación, puede llegar incluso a la decisión de cerrar sus puertas. Por lo que urge diseñar alternativas para la optimización de costos sin menoscabar la calidad en sus operaciones.

Formulación del Problema

Ante el panorama descrito, es necesario estudiar el efecto de la pandemia en los costos de calidad de las pequeñas empresas del ramo de la gastronomía, dedicadas a la elaboración de comida rápida, como forma propicia para abordar la estructura de costos en el marco de la calidad del servicio y primer paso para medir en términos monetarios los avances de los programa o cambios en los procesos de operación producto del Covid-19, y de esta manera optimizar los esfuerzos por lograr mejores niveles de calidad, y de costos para su permanencia en el mercado.

De allí surge la siguiente interrogante:

¿Cuál ha sido el impacto de la pandemia por Covid-19 en los costos de calidad de los servicios prestados en los restaurantes o establecimientos de comida rápida, ubicados en el casco central del municipio Libertador del estado Mérida?

De dicha interrogante surgen varias inquietudes:

1. ¿Cuáles son las características de los restaurantes de comida rápida, ubicados en el casco central del municipio Libertador del estado Mérida, Venezuela?
2. ¿Cuál ha sido el efecto de la pandemia Covid -19 en las operaciones de los restaurantes de comida rápida ubicados en el casco central del municipio Libertador del estado Mérida, Venezuela, en el marco de la calidad del servicio?
3. ¿Cómo es la estructura de costos en los restaurantes de comida rápida, ubicados en el casco central del municipio Libertador del estado Mérida, Venezuela, y el efecto de la pandemia Covid -19 sobre dicha estructura?
4. ¿Cómo es la estructura de costos, dentro en la categorización de los costos de calidad de los servicios, en los restaurantes de comida rápida, ubicados en el casco central del municipio Libertador del estado Mérida, Venezuela, y el efecto de la pandemia Covid -19 sobre dicha estructura?

5. ¿Cuáles son las acciones adecuadas, en marco de la administración de costos de calidad, para los restaurantes de comida rápida, ubicados en el casco central del municipio Libertador del estado Mérida, Venezuela, bajo la premisa simultánea de reducción de costos y maximización de la calidad del servicio?

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Determinar el impacto de la pandemia por Covid-19, en los costos de calidad del servicio prestado por los restaurantes de comida rápida, ubicados en el casco central del municipio Libertador del estado Mérida, Venezuela, de cara a su competitividad y permanencia en el mercado.

Objetivos Específicos

1. Caracterizar a los restaurantes de comida rápida, ubicados en el casco central del municipio Libertador del estado Mérida, Venezuela.
2. Describir el efecto de la pandemia por Covid -19 en las operaciones de los restaurantes de comida rápida ubicados en el casco central del municipio Libertador del estado Mérida, Venezuela, en el marco de la calidad del servicio.
3. Determinar la estructura de costos y el efecto de la pandemia por Covid -19 sobre dicha estructura, en los restaurantes de comida rápida, ubicados en el casco central del municipio Libertador del estado Mérida, Venezuela.
4. Estructurar los costos incurridos, en la categorización de los costos de calidad de los servicios, a los fines de la determinación del efecto de la pandemia por Covid -19 sobre dicha estructura en los restaurantes de comida rápida, ubicados en el casco central del municipio Libertador del estado Mérida, Venezuela.

5. Sugerir algunas acciones en marco de la administración de costos de calidad, adecuadas para los restaurantes de comida rápida, ubicados en el casco central del municipio Libertador del estado Mérida, Venezuela, bajo la premisa simultánea de reducción de costos y maximización de la calidad del servicio.

Importancia y justificación de la investigación

Generalmente, se concibe la existencia de costos de calidad solo en las grandes empresas manufactureras, fabricantes de productos de alta calidad y de alta competitividad mundial, dotadas de sistemas de costos sofisticados como parte de una contabilidad administrativa; sin embargo, tal existencia ocurre en cualquier organización o sector económico, aún cuando sus sistemas productivos y productos no sean de alta calidad. Por lo anterior, se considera que la estructuración de los costos de calidad en el ámbito de micro y pequeñas empresas, como las prestadoras de servicio de comida rápida, presenta utilidad práctica y metodológica.

La **relevancia práctica** radica en que la estructuración de los costos de calidad contribuirá a concienciar a los empresarios y gerentes de dichas empresas sobre la existencia y comportamiento de los costos asociados a la calidad de sus servicios, clasificados según la existencia o ausencia de calidad en sus operaciones y servicios ofrecidos; ello contribuye a la conducción de decisiones y estrategias acertadas para la reducción eficiente de costos, sin menoscabar la calidad del servicio, para el incremento de sus posibilidades de supervivencia en momentos de precariedad económica, a consecuencia de la crisis sanitaria descrita.

Adicionalmente, el carácter práctico de la investigación se basa en responder a la problemática detectada en la gerencia del negocio gastronómico. En la actualidad, estas empresas están inmersas en las medidas de bioseguridad propias para la contención de la propagación del virus Covid-19, lo cual ha conducido al negocio gastronómico a disminuir sus ventas e incrementar sus costos, por la incidencia de dichas medidas en las operaciones y calidad del servicio prestado. Por ello, la

presente investigación contribuye, en el ámbito empresarial y económico, al momento de alertar a la gerencia de la pequeña empresa gastronómica sobre la discriminación o clasificación detallada de sus costos, según su clasificación primaria o tradicional y de acuerdo a los sistemas de costos de calidad de sus servicios, y su comportamiento, que oriente su minimización o nivel óptimo prestando a su vez servicios de calidad que impida continuar reduciendo sus ventas. Lo anterior, en el ámbito social también se refleja en los niveles de calidad del servicio experimentado por los clientes internos y externos de los restaurantes o establecimientos de comida rápida objeto de estudio.

Considerando que la estructura de costos convencional y de costos de calidad son parte importante de los sistemas de costos de calidad, y por tanto son técnicas contables y herramientas de la contabilidad administrativa de escaso uso o difusión para las empresas pequeñas del sector servicio, se asume que la determinación de la estructura de costos convencional, la estructuración de los costos de calidad y las recomendaciones de administración de costos, logradas en la presente investigación y adaptada a los restaurantes de comida rápida, así como los instrumentos de recolección de datos diseñado y validado, constituyen un **aporte de carácter metodológico** relevante, para abordar problemas similares, o para ser aplicados en estudios posteriores, como antecedentes para futuras investigaciones.

Igualmente, dado que la información reportada por la contabilidad de costos y de gestión es importante para la toma de decisiones, al facilitar la elección de la alternativa correcta ante los diversos cursos de acción de forma pertinente y oportuna, la temática del presente trabajo, como disciplina que aporta a la conducción estratégica de las organizaciones, se considera que posee carácter metodológico destacable e **importancia teórica** al aportar en el desarrollo de sistemas de costos de calidad adecuadas para las empresas dedicadas a la gastronomía.

Alcance de la investigación

La presente investigación tiene como alcance geográfico a los restaurantes o establecimientos de comida rápida ubicados en el Casco Central de la ciudad de Mérida, ciudad capital del municipio Libertador, del estado Mérida, Venezuela. Tal alcance fue tomado debido a que, en este espacio geográfico, según los registros de CORMETUR (2019), se concentran los restaurantes de comida rápida del estado Mérida, y por tanto prestan sus servicios a la mayoría de consumidores de este servicio en el estado, lo cual hace que los mismos sean los establecimientos más concurridos de la ciudad. Tal delimitación, concentrada en el casco central de la ciudad Capital del estado Mérida, aseguró a la vez la viabilidad de la obtención de datos necesarios para el logro de los objetivos trazados en la presente investigación.

En cuanto a la dimensión teórica, la misma estuvo determinada por los conceptos vinculados a la calidad en la prestación de un servicio, sus características e importancia. Así como los conceptos concernientes a la definición de costos, la clasificación de los costos para los restaurantes, y a la clasificación de los costos de calidad.

Aun cuando la recogida de datos se realizó en el segundo semestre del año 2022, periodo post-cuarentena por Covid-19, el alcance temporal, se concentró en los años 2020, 2021 y 2022, periodo en el cual se produjo la propagación y control del virus Covid-19, en Venezuela y en la mayoría de países del mundo; tal alcance fue tomado debido al carácter transversal de la investigación, el cual abordó el estudio de las operaciones y de los costos incurridos en los restaurantes en períodos antes, durante y posterior a la cuarentena por Covid-19 a los fines de contrastar el comportamiento de las variables de estudio.

Limitaciones de la investigación

Es relevante señalar, que el marco muestral de la presente investigación tuvo que ser depurado a partir de los registros mostrados por la Corporación Merideña de Turismo (CORMETUR) y realizados por dicha institución para el año 2019. Tal depuración fue realizada en virtud de que CORMETUR, por motivos internos y desconocidos, no cuenta con registros actualizados de dichos establecimientos, por lo que varios establecimientos del mencionado registro al momento de hacer las visitas exploratorias se hallaron inactivos, cambiaron de propietarios e incluso cambiaron o modificaron su ramo.

Otra limitación que se encontró, al momento de la recogida de datos, fue el hermetismo de los propietarios de los establecimientos estudiados, caracterizada por una actitud poco colaboradora a suministrar información, incluso sus empleados tienen como norma: el no suministrar información de ningún tipo a terceros. A tal efecto, al momento de recolectar los datos, una de las limitaciones fue la realización de la entrevista a la muestra de establecimientos seleccionada, el 50% de los participantes en la investigación, mostraron apatía, y poca cooperación a la entrevista, alegando que no estaban autorizados a dar detalles relacionados con el establecimiento.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

A continuación, se aborda el marco referencial de la investigación, el cual está conformado por los antecedentes de la investigación, las bases teóricas, y el marco legal o normativo vinculado a las variables de los objetivos de investigación formulados. Dicho marco teórico sirvió de base para la fundamentación de la presente investigación, además permitió hacer el análisis de los resultados obtenidos, poder llegar a una conclusión del tema abordado, y finalmente, establecer las recomendaciones y sugerencias pertinentes en la investigación.

Antecedentes de la Investigación

Dado que los antecedentes de una investigación constituyen los avances y estado del conocimiento del tema en estudio y que sirven de referencia para la consecución y análisis de datos de la investigación (Arias, 2006), se realizó una búsqueda de documentos relacionados con el tema abordado. En este sentido, con miras a sustentar los resultados de la presente investigación, se encontraron trabajos recientes, relacionados con las variables de estudio (costos de calidad, servicios gastronómicos, calidad del servicio), a nivel internacional y local. Es necesario destacar, que las publicaciones relacionadas con el efecto de la pandemia Covid-19 en el sector específico del negocio gastronómico son escasas, especialmente en los aspectos concernientes a su estructura de costos. Gran parte de publicaciones relacionan el efecto del Covid-19 con el sector turismo de diversos destinos del mundo, a nivel operativo, y de variables de las cuales depende su supervivencia.

En Latinoamérica, se encontró el trabajo de investigación realizado por Benalcázar (2021), titulado: *Análisis del Impacto Socio Económico del Sars-Cov-2 en el Sector Laboral de los Restaurantes del Centro Histórico de Cuenca, en el Periodo Marzo – Septiembre 2020*. Este trabajo evalúa el impacto del Covid-19, y hace mención a su efecto negativo en el sector gastronómico. Este autor concluye que una de las primeras variables impactadas en el sector gastronómico, indiscutiblemente, fueron las ventas; el estudio reveló que un “...52% de los restaurantes han disminuido de 41% a un 60%...” sus ventas; de esta manera, el sector gastronómico fue uno de los más afectados, y pese a que los establecimientos gastronómicos pudieron prestar sus servicios a domicilio, sus ingresos fueron disminuidos. Otras afectaciones halladas en esta investigación, fueron las “...dificultades para mantener sus actividades por los problemas que tienen para cumplir con sus obligaciones salariales, financieras y operativas en general...”. (Benalcázar, 2021, p. 45).

Otro efecto que este autor logró determinar, en consecuencia de la pandemia, estuvo relacionado con la disminución del personal, el “...70% de estas unidades económicas... han reducido el personal...” como medida para poder minimizar sus gastos operativos, logrando con ello la “...perdida de plazas de trabajo con las repercusiones y las consecuencias económicas, sociales y emocionales del personal despedido”. Cabe destacar que el mismo estudio determinó, que un “...74% de los restaurantes encuestados no han reincorporado trabajadores después de la cuarentena...” (Benalcázar, 2021, pp. 52-55).

Otra investigación reciente, elaborada por Solis (2022), analiza el impacto de la pandemia por COVID-19 en los establecimientos de alimentos y bebidas en una ciudad ecuatoriana. Esta investigación determinó que, para la fecha de la recogida de datos, las ventas bajaron entre un 40% y un 60%, al igual que lo evidenció previamente el estudio de Benalcázar (2021); otro efecto fue el cierre temporal e incluso definitivo de sus locales, lo cual no evitó la acumulación de gastos por pagos de servicios y gastos ordinarios en el establecimiento. Así mismo, en el momento del cierre fueron obligadas a despedir a sus empleados, al no contar con capacidad de pago para cubrir sus gastos de nómina, incluso cuando abrieron no contaban con la

liquidez suficiente para reincorporarlos, ya que los costos de provisiones para preparar sus alimentos se incrementaron significativamente, siendo este otro efecto negativo hallado. Pese a todo lo anterior los precios de sus platos no se incrementaron, como estrategia para poder conservar a sus clientes; a su vez, se incorporaron reformas operativas, por ejemplo, los mismos propietarios comenzaron a atender a los clientes, las nóminas fueron reducidas a un mínimo de cinco empleados. La anterior reforma fue factible dado que la afluencia de clientes en los restaurantes descendió a un 50%. Otro efecto operativo relevante fue que todos los establecimientos encuestados debieron cumplir con la implementación de las medidas sanitarias, lo cual incrementó aún más los gastos.

Las investigaciones anteriores confirman de cierta manera el colapso económico que ha producido la pandemia, para el segundo trimestre del año 2022, cuando aún la OMS no se había pronunciado sobre el control de la virosis. Lo anterior, evidencia los efectos negativos de la pandemia en los establecimientos de alimentos y bebidas, en otras latitudes y contextos que pudieran servir de referencia para el presente estudio en sus distintos enfoques.

Otro efecto evidenciado en estas investigaciones, y de indudable existencia, son los costos producto de la implementación de las medidas sanitarias en los que se deben incurrir para poder seguir con sus actividades comerciales y poder ofrecer un buen servicio. Aun cuando muchas investigaciones acotaron la implementación de medidas de bioseguridad, estas no se midieron, y no se determinó la repercusión en sus costos y gastos, por lo que se desconocen con precisión sus niveles y sus efectos financieros o económicos.

Otras investigaciones recientes no relacionadas con el Covid-19, pero si con la operatividad del negocio gastronómico, las presentan Alabart y Ponce (2009), y Ballesteros (2008). Los primeros autores, diseñaron un programa de gestión de conocimiento para la transmisión del *know-how* (saber cómo) en la cocina del Hotel Melía Cohiba en Cuba, dada la urgente necesidad de adaptación de los cambios ante la globalización y las múltiples amenazas. Por otra parte, Ballesteros (2008), hace énfasis en los programas de formación para la transferencia de conocimientos

aprendidos en los puestos de trabajo de los restaurantes de las Islas Canarias; el trabajo destaca la existencia de nuevas ideas y herramientas para solventar las limitaciones del trabajo diario, las cuales son desarrolladas y aprendidas por el trabajador y son proclives a ser transferidas. Ambos estudios se relacionan con la presente investigación al hacer referencia a la constante necesidad de promover el intercambio de conocimiento ante las amenazas externas, de índole económica, social, política o natural.

A nivel local, otros estudios relacionados con la gestión del negocio gastronómico, con aplicabilidad ante las contingencias y la calidad del servicio, lo presentan Ramírez (2012), Rangel (2018), y Landaeta (2013). En el primer trabajo, en el ámbito de las contingencias, Ramírez (2012) desarrolló algunas estrategias de gestión del conocimiento para los restaurantes del Municipio Libertador y Campo Elías del estado Mérida, Venezuela, y recomienda que los restaurantes no solo deben adaptarse para sobrevivir sino que es necesario el aprendizaje adaptativo y desarrollar posibilidades de crear; sugieren el desarrollo de organizaciones inteligentes capaces de aprender, de capturar y compartir las buenas prácticas (*benchmarking*), gestionar las relaciones con los usuarios y/o clientes, retener y transferir los conocimientos del personal, promover las iniciativas del negocio en línea, acortar los ciclos de desarrollo de nuevos productos y flexibilizar los espacios de trabajo. Recomiendan además la ardua tarea de desarrollar una cultura organizacional de aprender a aprender, y una visión de importancia del conocimiento dentro en la organización, con la finalidad no solo de mantenerse actualizado sino también adaptado a los cambios más radicales.

En el ámbito local de la calidad del servicio, Rangel (2018), desarrolló estrategias de desarrollo local basadas en las potencialidades del turismo para la ciudad de Mérida, Venezuela, destacando la ineludible conformación de un sistema productivo local turístico como un modelo económico diversificado e integrado, con la importante participación del negocio gastronómico de alta innovación en el entorno y con un fuerte vínculo cooperativo para la ciudad. De la misma manera, Ramírez (2012), en su estudio diseña estrategias de *marketing* urbano para la ciudad de

Mérida, Venezuela, dadas sus potencialidades turísticas, haciendo énfasis en la calidad del servicio prestado para mejorar el posicionamiento de los productos turísticos ofertados. Lo anterior, lo detalla Landaeta (2013) al analizar la calidad del servicio en los establecimientos de comida rápida ubicados en el municipio Libertador del estado Mérida, a partir de la percepción de los clientes y la actuación de los empleados; en este sentido, Landaeta (2013) concluye que la capacitación, la evaluación y las recompensas contribuyen a la motivación del empleado, y a su vez a la calidad del servicio prestado, lo cual a su vez implica un esfuerzo financiero para la organización, es decir, mayores costos. Otros esfuerzos en los restaurantes, de cara a elevar la satisfacción laboral de los empleados de atención al cliente y a mejorar el ambiente laboral en los establecimientos de comida rápida, es la incorporación de un plan adecuado para seleccionar y capacitar cuidadosamente al personal, a fin de que este pueda manejar las presiones inherentes a su cargo y obtenga las habilidades necesarias, para proporcionar encuentros satisfactorios con el usuario. No obstante, señala también Landaeta (2013), dichos esfuerzos en el largo y mediano plazo implican ahorros o reducción de costos, al reducir los niveles de fallas en el servicio u omisiones, por ser costos asociados a reclamos, devoluciones y a la recuperación del servicio.

Bases Teóricas

A continuación, se abordarán los conceptos básicos definidos por las variables de investigación, en torno a la conceptualización y diferencias entre producto y servicios, a las operaciones y la tipificación de los establecimientos gastronómicos, a la calidad en el servicio, a la estructura de costos para el negocio gastronómico, al sistema de costos, y los sistemas de costos de calidad (COQ), esto con la finalidad de contextualizar el tema de investigación del presente trabajo.

Producto: Bienes versus servicios

Hay quienes dicen que las empresas conformadas por el sector gastronómico (restaurantes) son empresas de producción, para otros son empresas de servicios. Al

respecto los autores Kotler, Bloom, Hayes, Jain y Gupta, (2004), citados por Guzmán y Cárcamo (2014, p. 36), confirman que efectivamente, los restaurantes se ubican en una dicotomía entre bienes y servicios, en otras palabras, se encuentran a la mitad de ser un producto o servicio puro. En un restaurante, está compuesto por los bienes tangibles (alimentos y bebidas), y los bienes intangibles que serían el servicio y la atención.

Kotler y Armstrong (2013, p. 196), definen el producto, como un bien, “... cualquier cosa que puede ser ofrecida a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo, y que podría satisfacer un deseo o una necesidad” mientras que el servicio lo definen, como una “... actividad, beneficio o satisfacción que se ofrece a la venta y que es esencialmente intangible y no da como resultado la propiedad de algo”.

Al respecto Chase, Jacobs, y Aquilano, (2009, p.10), menciona que hay diferencias esenciales entre lo que es un servicio y un bien, siendo la primera diferenciación su condición de intangibilidad; en los “...servicios es un *proceso intangible* que no se puede pesar ni medir, mientras que un bien es el producto tangible de un proceso y tiene dimensiones físicas...”. La segunda diferenciación es la inseparabilidad, es decir, para que ocurra el servicio debe existir una interacción con el cliente. Para ello “...las instalaciones del servicio deben estar diseñadas de modo que se pueda tratar con el cliente...” mientras que para los productos “...suelen producirse en unas instalaciones donde no entra el cliente...”. La tercera, se refiere a la heterogeneidad, los servicios son “...inherentemente *heterogéneos*... varían de un día a otro, o tal vez de una hora a otra, en función de las actitudes del cliente y de los servidores...”, mientras que los bienes se producen sujetos a especificaciones estandarizadas diariamente, con variaciones prácticamente inexistentes, ya que si se produce un bien con defectos se debe reparar o desechar causando costos de calidad por anomalías. La cuarta diferencia está asociada a la durabilidad o caducidad, los servicios son procesos “...percederos y dependen del tiempo...”, a diferencia de los bienes, los servicios no pueden ser almacenados. Y, en quinto lugar, a consecuencia de las demás características, las especificaciones de los servicios son definidas y

evaluadas por un “...paquete de características que afectan los cinco sentidos...”; desde este punto de vista, en la percepción de un servicio influirán cosas como las instalaciones y todo lo que debe contener para su prestación (mantelería, papelería, ruidos, olores, apariencia física del empleado, tiempo de servicio y de espera, etc.).

Por su parte Przybylski (1995; pp. 50-51), comenta que una manera práctica de diferenciar un bien de un servicio es que un servicio tiene la condición de “Inseparable”, este autor menciona que no hay servicio donde no exista la participación del cliente en el momento de la prestación del mismo, ya que así el establecimiento tenga preparado lo necesario para la satisfacción del beneficiario, “...el producto cobra vida únicamente con la participación del usuario y, en especial, al ser utilizado”. Por lo que “El servicio es servicio únicamente cuando se lo utiliza”.

Igualmente, indican Evans y Lindsay (2008, p. 60) que, a consecuencia de la condición de caducidad de los servicios, estos son producidos y consumidos al mismo tiempo, cosa que la diferencia de los productos manufacturados, ya que los productos manufacturados son producidos antes de ser consumidos.

Pese a las diferencias anteriores, en los servicios de alimentos y bebidas a veces se hace difícil diferenciar la oferta de un servicio o un producto; no obstante, la presente investigación no se centra en el producto que estos ofrecen, sino en determinar la afectación de los servicios de restauración y de los costos asociados a la calidad de los mismos.

Establecimientos gastronómicos y sus tipologías

Chacón (2021), define a los establecimientos gastronómicos como “todos los locales públicos que sirven a los consumidores comidas y/o bebidas para ser consumidas en el mismo local...” por lo que se incluyen a todo tipo de restaurantes, y “...cafeterías en todas sus categorías bares, cafés, cafés-teatro, mesones, tabernas, tascas...”. Es decir, este concepto abarca a todo aquel establecimiento público que tenga características similares donde se incluyen los establecimientos de temporada (quioscos, puestos, locales ambulantes, entre otros).

Según Ramírez (2012), los restaurantes son establecimientos cuyo objetivo es preparar alimentos y ponerlos a disposición de las personas que deseen comprarlos. El término restaurante, posee una etimología que proviene del francés restaurativo, que significa la restauración del cuerpo mediante la alimentación con comidas preparadas, toma auge en diversas ciudades del continente europeo al final del siglo XVIII. Ciertamente, la aparición de los restaurantes permitió el incremento del consumo de los alimentos marcando una tendencia en los cambios de los estilos de vida de toda la sociedad, transformando las dietas y los espacios de encuentro familiar. Anteriormente la familia tradicional preparaba la comida cada noche, ahora el tiempo en casa preparando la cena es menor, pero aumenta el disfrute comiendo fuera de ella visitando lugares donde ofrecen comida rápida, étnica o gourmet, con gran variedad en precios y cantidad.

Estos establecimientos, de acuerdo a Ramírez (2012), tuvieron su origen durante la revolución industrial acontecida en París, en el siglo XVIII, la cual no solo trajo consigo cambios tecnológicos y económicos, sino también transformaciones sociales y gastronómicas, permitiendo el desarrollo del concepto de restaurante, en las antiguas casas de comida (tabernas y pensiones de la ciudad de la luz, donde el único producto de venta eran las bebidas alcohólicas).

Según Landaeta (2013, p. 21), generalmente “...los restaurantes se encuentran dentro del grupo de las Pymes debido que son establecimientos donde se ofrece un menú, se presta un servicio y atención de calidad dentro de una atmósfera agradable.”

Chacón (2021), hace mención sobre algunas formas de categorizar los establecimientos gastronómicos, según la forma de ofrecer los alimentos tipo “...bocadillos, sándwiches, aperitivos, tapas, platos combinados, pintxos, pizzas, menú del día, menú degustación, a la carta, snack, etc...”, y según la especialización de la preparación estos pueden ser “marisquería, vegano, asador, sin gluten, etc”.

En Venezuela, según destaca Landaeta (2013, p. 21),

“... no existe una clasificación clara y definida para... los restaurantes. Sin embargo, según datos aportados por Corporación Merideña de Turismo (Cormetur) se observa que están

agrupados en especialidades (comida rápida, comida alemana, china, comida nacional e internacional, comida criolla, areperas, entre otros) y en servicio completo (estos presentan al menos 15 o más platos para ordenar en su menú).”

Otra forma de tipificar a los establecimientos de alimentos y bebidas, atendiendo a sus formas de operación, la deduce Landaeta (2013, p. 23), al indicar que “...las fórmulas de restaurantes más conocidas son: líneas de autoservicio (*Self-service*), libre fluidez (*Free-flow o restaurant buffets*), comida rápida (*Fast-food*), restauración activa a través de espectáculos o de animación, expendio de comidas para llevar fuera del local (*Take-away*), comida a domicilio (*Delivery-food*) y máquinas expendedoras de alimentos (*Vending*).”

Son varias las características para tipificar a los establecimientos gastronómicos, el Cursos Gastronomía (2019), mencionan que los restaurantes se clasifican por categoría, o por su concepto. La clasificación por categoría, se presenta a continuación:

Cinco tenedores o restaurantes de lujo. Son restaurantes con organización definida, con políticas internas y externas. Sus insumos y decoración deben ser “...de la mejor calidad: mesas, sillas, alfombras, cortinas, manteles, loza, cristalería, todo esto debe ser cuidadosamente elegido...” así como los alimentos son de calidad y deben ser preparados en el momento, son elegidos a la carta y servidos en la mesa (Cursos gastronomía, 2019).

Cuatro tenedores o restaurantes de primera clase. Se diferencian de los anteriores, por ofrecer un menú reducido, de entre “... 5 a 7 diferentes tiempos de servicio...” donde es limitada la variedad de bebidas alcohólicas. Otra diferencia importante, es que el restaurante de lujo es exclusivo, mientras que el de primera clase, es más común, y se podrían catalogar, como “...buen restaurante”. (Cursos gastronomía, 2019).

Tres tenedores o restaurantes de segunda clase. Son conocidos también como restaurantes turísticos, se diferencia por no tener acceso especial para sus trabajadores y proveedores, puesto que utilizan la entrada principal, en horario donde no se atienden clientes. Su espacio para los comensales es más pequeño. En su carta

cuentan únicamente seis platos, “...entremeses, sopas y cremas, verduras, huevos o pastas, especialidades de pescado, especialidades de carnes y postres, dulces, helados o fruta” (Cursos gastronomía, 2019).

Dos tenedores o restaurante de tercera clase. En los cuales sus insumos deben tener resistencia, al igual que el anterior; no necesitan entrada exclusiva para personal, y deben poseer baños para damas y para caballeros. Este tipo de restaurantes es considerado intermedio, ya que no son lujosos ni exclusivos, sin embargo, deben tener una buena presentación con precios asequibles.

Un tenedor o restaurante de cuarta clase. Este tipo de restaurante debe tener separado la cocina del sitio destinado a los comensales, el servicio sólo cuenta con un menú de al menos cuatro entradas, y donde la mantelería, vajillas y cristalería deben ser resistentes y estar limpios. Otra particularidad que tienen, es que sus meseros no requieren de uniformes. Estos son los restaurantes más comunes, ya que su “...funcionalidad y accesibilidad es la prioridad, sin que pese tanto el lujo o la presentación” (Cursos gastronomía, 2019).

La clasificación de los restaurantes por concepto, es la siguiente:

Restaurantes gourmet. En este tipo de restaurante el servicio y el menú son parecidos a los restaurantes de primera clase. Pero son especialistas en platos poco comunes, y muy bien elaborados, estos son restaurantes en los que su menú y estilo lo define el chef principal, y su renombre es ganado por la originalidad en sus recetas. Un restaurante puede considerarse gourmet si la calidad de sus alimentos y recetas son excelentes.

Restaurantes de especialidad. Son restaurantes que tienen variedad limitada en su estilo de cocina, son restaurantes que cuentan con platillos de acuerdo a su especialidad, donde se pueden mencionar los vegetarianos, los macrobióticos, los de pescados y mariscos, de carnes rojas, y de aves.

Restaurantes familiares. Este tipo de restaurantes sirven platos sencillos a precio asequible, donde el servicio suele ser confiable, en esta categoría suelen estar la mayoría de pequeños emprendimientos de comida.

Restaurantes buffet. En este tipo de restaurantes sus comensales pueden elegir entre una gran variedad de platillos dispuestos para su autoservicio. En este tipo de establecimientos suelen tener un precio fijo por persona, o dependerá de la cantidad de platos que lleve el comensal. Estos restaurantes son una opción para quienes emprenden en el negocio de los alimentos, pues el mismo puede estar compuesto de varios tipos de platos. En este negocio lo más relevante es el precio y la porción servida.

Restaurantes temáticos. Son restaurantes que su clasificación depende de lo que ofrecen, sus alimentos van de acuerdo a su origen, tales como “...comida italiana, argentina” entre otros. Dentro de estos se pueden incluir los restaurantes de espectáculos, que asocian su ambientación a algún personaje o al tipo de música. En estos restaurantes junto con los de especialidad se puede “...encontrar una gran afluencia de turistas, debido a las actividades del turismo gastronómico” (Cursos gastronomía, 2019).

Comida para llevar (delivery). Estos restaurantes ofrecen variedad en platos, exhibidos en vitrinas, frías o calientes, donde los comensales escogen a su gusto, usando recipientes descartables. Son muy comunes en las ciudades grandes, donde los ciudadanos no disponen de mucho tiempo para sus comidas, por lo que prefieren adquirir los alimentos ya preparados listos para llevar.

Restaurantes de comida rápida. Son restaurantes más informales, sus comidas son menos elaboradas y su preparación es rápida, tales como hamburguesas, pizzas, pollo y papas fritas. La mayoría de franquicias pertenecen a esta clasificación, puesto que la “...preparación de los alimentos suele ser muy sencilla y los procesos se estandarizan, a diferencia de los restaurantes tipo gourmet, donde la realización artesanal de los platillos es el atractivo principal” (Cursos gastronomía, 2019). Al respecto Landaeta (2013), en este establecimiento el precio de los platillos no es muy alto, sino asequible, y sus características principales es el servicio estandarizado, es decir, de

menú muy limitado y de entrega rápida; generalmente están organizados en cadenas, de franquicia u operados por su propietario y su familia.

Características y operatividad de los restaurantes de comida rápida

Según Landaeta (2013), los restaurantes de comida rápida ofrecen menús limitados basados generalmente en hamburguesas, papas, pollos, pizza, entre otros, por lo que sus clientes observan y seleccionan su menú en espectaculares avisos luminosos con imágenes de los alimentos, para después ordenar al cajero y tomar la orden para llevar. Para Martín (1996), investigador de la Universidad de Castilla de la Mancha, citado por Ramírez (2012), los restaurantes de comida rápida son aquellos establecimientos con una oferta reducida y fácil de preparación, que el propio cliente pide y lleva a consumir al comedor del que disponen estos locales. Según Ramírez (2012), se conocen como establecimientos *fast-food*, donde el cliente solicita el pedido en el mostrador, abona su importe y en un tiempo reducido se entrega la comida, pudiendo ser consumida tanto dentro como fuera del local. Los establecimientos de *fast-food* son en su mayoría establecimientos en franquicia.

La importancia de estos establecimientos radica en que apoyan a otras actividades vitales para la economía nacional como son las actividades económicas comerciales, educativas, industriales, etc., en especial el hotelería y en un marco más amplio del turismo. Vale la pena destacar, que en los restaurantes de comida rápida se preparan normalmente alimentos como hamburguesas, perros calientes, papas fritas, pizzas, bocadillos, ensaladas y, en general, platos que no demanden una gran elaboración, es decir, de fácil preparación y consumo.

Para Landaeta (2013), un negocio de comida rápida debe presentar las siguientes características:

- Se atiende con rapidez.
- De fácil acceso.
- Con precios moderados, relacionados con la calidad del servicio.

- Manejan estándares en procesos, platillos, administración y operación, generalmente con el uso de vajilla desechables o con materiales derivados de cartón y plástico.
- Las líneas de producción de los alimentos están en conexión directa con el mostrador de entrega y normalmente a la vista del público.
- Racionalización total de las líneas de producción hasta el mínimo detalle con el fin de conseguir una máxima eficacia con un mínimo de personal.
- Mínima manipulación de los alimentos. Se entregan al establecimiento en porciones, listos para cocinar o semi-preparados, evitando mermas y desperdicios.
- Cocina automatizada, optimizando el tiempo de elaboración y mano de obra.

Entre las ventajas de un negocio de comida rápida destacan:

- Son alimentos consumidos por personas de cualquier edad.
- No son difíciles de preparar.
- Siempre y cuando se combinen y consuman con moderación, no deben ser nocivos para la salud.
- Resultan platillos prácticos cuando no se tiene mucho tiempo para comer y poco dinero.
- No se requiere de un espacio muy amplio.
- Se pueden dar varios servicios: comer en el mismo lugar, preparar alimentos para llevar y entregar a domicilio.

Administrativamente, según Morillo (2015), producto de la caducidad de los servicios de comida rápida, o la imposibilidad de su almacenamiento, este tipo de negocio se ocupan de vender o colocar toda su prestación del servicio a diario. Igualmente, la intangibilidad y la imposibilidad de almacenamiento, la heterogeneidad, la participación del cliente y su dependencia hacia el factor humano dificultan el control a priori de sus procesos, incluyendo la calidad del servicio, lo

cual se maneja a partir de la estandarización. Pese a la caducidad de los servicios de comida rápida, en este tipo de negocios se manejan diversos tipos de inventarios que se corresponden con los bienes de consumo con los cuales se prestan los servicios (alimentos, cosméticos, servilletas, papelería, materiales de limpieza, combustibles, etc.) y equiparables a los inventarios de materiales y suministros de las organizaciones manufactureras.

También el autor recomienda analizar los puntos de encuentro con el cliente, conocido también como momentos de la verdad para concentrar sus controles, políticas y procedimientos en las áreas claves y así decidir lo que el cliente puede ver y requiere saber de acuerdo a sus expectativas y prioridades.

Calidad del servicio

La importancia de ofrecer calidad, tanto en bienes como en servicios, es de tal magnitud que infinidad de autores han abordado su concepto desde múltiples perspectivas. Por ejemplo, Gryna, Chua, DeFeo, y Pantoja (2007, pp. 12-14), definen de manera breve y certera que la calidad es la “satisfacción y lealtad del cliente” y “Adaptabilidad de uso”, como breve significado alternativo, asumiendo como cliente a “cualquiera que se ve afectado por el servicio, el producto o el proceso”, donde la satisfacción y lealtad de los clientes se logran a través de las características y la ausencia de deficiencias.

Por su parte Crosby (1987, pp. 22-23), define la calidad como "cumplir con los requisitos"; en consecuencia, el no cumplir con dichos requisitos significa la ausencia de calidad, lo cual sería el costo de no hacer las cosas bien desde el principio. Para Hansen y Mowen (2007, p. 623), es el “grado o nivel de excelencia; desde el punto de vista operativo, un producto o servicio de calidad es aquel que satisface o supera las expectativas del cliente”. Dichas expectativas tienen que ver con los atributos, y las características que el cliente espera del producto. Lo anterior, coincide con la definición presentada por Heizer y Render (2009, p.194), como la “capacidad de un bien o servicio para satisfacer las necesidades del cliente”.

Dado que, según Evans y Lindsay (2008, p. 59), la calidad del servicio implica la respuesta a lo que necesita el cliente y por tanto “...el servicio debe

satisfacer o exceder las expectativas del cliente...”, las perspectivas del cliente son la base para implementar los “...estándares de desempeño y especificaciones...”, análogas a las medidas de aprobación que utilizan las empresas de manufactura. De lo anterior, según Morillo y Landaeta (2015), y Morillo (2010), la calidad del servicio depende de cinco factores enunciados dentro del modelo clásico de las cinco brechas de la calidad del servicio, diseñado por Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985).

El primer factor o momento ocurre por la diferencia existente entre lo que la empresa percibe sobre las expectativas del cliente y lo que el cliente realmente espera; por lo que las expectativas del consumidor deben ser conocidas y comprendidas por la empresa.

En segundo lugar, la calidad del servicio depende del diseño correcto de los estándares del servicio, los cuales permiten al personal de contacto saber cuáles son las prioridades y qué tipo de desempeño es el requerido, por lo que estos estándares deben ser fijados de acuerdo a las expectativas de los clientes.

En tercer lugar, la calidad del servicio depende del cumplimiento de los estándares de servicio por parte del personal de vanguardia, es decir, cuando los sistemas, procesos y personas ejecutan los servicios de forma igual (o superior) a los estándares diseñados a partir de las expectativas de los clientes.

Dado que la publicidad, la promoción en ventas y otras comunicaciones elevan las expectativas del cliente, el cuarto elemento del cual depende la calidad del servicio son las promesas del servicio; de allí que lo proporcionado debe ser igual o superior a lo prometido a los clientes.

Finalmente, un quinto aspecto del cual depende la calidad del servicio ocurre por la misma diferencia entre lo percibido y lo esperado por el cliente (brecha del cliente), la misma a su vez depende de los cuatro factores mencionados anteriormente; por ello, analizar cada uno de los anteriores factores es posible hallar deficiencias con miras a igualar lo que el cliente recibe (percibe) a lo esperado (Morillo, 2010).

Dado los anteriores factores, Vera y Trujillo (2009, p.18), mencionan que “...no existe una definición única para calidad del servicio, y en consecuencia

tampoco una forma única para medirla...”. Por su parte Jain y Gupta (2004), citado por Vera y Trujillo (2009), indican que “la calidad del servicio puede verse como un continuo entre calidad ideal y calidad totalmente inaceptable”. Al respecto Morillo y Landaeta (2015, p. 598) mencionan que la calidad es “...la medida en la cual el nivel de servicio prestado iguala las expectativas iniciales del consumidor... solucionando los problemas del cliente y satisfaciendo sus deseos. Por ello, el cliente es quien determina y juzga la calidad de los servicios”. Otro concepto dado por Morillo (2015, p. 229), es que la calidad “...está definida e impulsada por el cumplimiento de las expectativas de los clientes, donde se deben considerar factores subjetivos, actitudes, comportamientos, juicios de los usuarios del servicio y la existencia de clientes internos y externos...”.

Por su parte Coronel, Basantes, y Vinueza (2019, p.2), indican que existen elementos puntuales que pueden determinar la calidad en el servicio, dados por la capacidad de: ofrecer servicios pertinentes e íntegros de manera óptima, responder aceleradamente a inconvenientes e inconformidades de los clientes, afianzar la confianza del cliente, ofrecer la mejor atención posible y una apariencia pulcra tanto de las instalaciones como de los empleados. También destacan que existen varios métodos con los que se puede estudiar la calidad, sin embargo, uno de los más utilizados es mediante la evaluación de “... la satisfacción de los clientes...”, siendo este método una herramienta que permite “...evaluar y analizar la brecha de calidad del servicio... entre las expectativas y las percepciones del cliente utilizando el método SERVQUAL...”.

La escala Servqual, según sus creadores Zeithaml, V. Parasuraman, A. y Berry (1985, 1988, 1991 y 1993), en el trabajo, “SERVQUAL: A múltiple. Item. Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality”, y “Refinement and Reassessmant of The SERVQUAL”, citado por Morillo (2010), se constituye en un modelo de medición de la calidad de los servicios, que complementa el modelo de las cinco brechas, y determina los atributos del servicio que afectan a las percepciones y expectativas de los clientes, desde los aspectos de tangibilidad, seguridad,

responsabilidad y empatía, mediante la aplicación de una encuesta, normalmente adaptada a cualquier organización.

A partir de lo anterior, se puede señalar que la calidad es relativa, ya que depende de la opinión o el grado de satisfacción del consumidor final, y de lo que se espera obtener del producto y/o servicio, donde la diferencia estará marcada por lo que invierten las empresas para que el producto o el servicio final sea de la “calidad” esperada por el cliente.

Calidad del servicio y reducción de costos

En la actualidad el tema de la calidad del producto, entendido este como bienes o servicios, ha tomado gran relevancia, puesto que cada día los clientes son más exigentes de cara a la satisfacción de sus necesidades, por lo que para las empresas es fundamental implementar sistemas de control de calidad. Estos sistemas además de asegurar el cumplimiento de los requerimientos exigidos y esperados por el cliente y la prestación de un servicio o la fabricación de un bien libre de defectos, garantiza a la empresa la continuidad de sus operaciones, mediante la retención de clientes (fidelidad de sus clientes) y la reducción de costos, con la correspondiente mejora de la rentabilidad.

A partir de las múltiples ventajas que implica niveles elevados de calidad de los servicios (inmuniza contra la competencia y evita la guerra de precios, aumenta la fidelidad de los clientes y la repetición de compra, incrementa los comentarios positivos y la publicidad gratuita, facilita el óptimo desempeño de los empleados, etc.), se deduce que a una mayor calidad del servicio se obtienen ahorros o reducciones de costos, en promociones, captación de nuevos clientes y empleados, ahorros por fallas, reprocesamientos, reintegros y clientes perdidos (futuras ventas), entre otros. Dicha reducción, mejora el rendimiento sobre la inversión, y representa mayores ganancias y participación en el mercado. A su vez, ello representa la posibilidad de mayores inversiones, la contratación de personal con mejores salarios, y precios más competitivos para sus clientes, por que el negocio no tendrá que competir a través de precios directamente sino a través de calidad (Morillo, 2015).

Sistema de costos para establecimientos gastronómicos

Los sistemas de costos, según la literatura clásica de la contabilidad de costos, es el conjunto de diversos procedimientos utilizados para acumular y asignar el costo a los productos y calcular el resultado final, controlar la actuación de los responsables de las secciones o departamentos y facilitar la toma de decisiones (Mallo et al. 2000). Es un sistema de información útil para la valuación de inventarios, planeación y control a partir de dos etapas, según (Horngren et al. 2012, p. 28), la “... Acumulación de costos, a través de alguna organización o clasificación natural”, y la “...asignación de costos, que comprende el seguimiento o identificación de costos a los objetos de costos y la posterior adjudicación, prorrateo o aplicación de costos a dichos objetos de costos.”

De forma sencilla, Chacón (2021; p. 18), define a los sistemas de costos como un “Conjunto de técnicas, registros e informes sistematizados...” los cuales “...permiten aglutinar e imputar los costos a los productos, ya sean bienes o servicios...”, arrojando informes tanto de uso interno como externo, con la finalidad de facilitar la toma de decisiones acertadas para la empresa, en cuanto a planificación, control, y evaluación del desempeño de la empresa. Mientras que Morillo (2010, p. 104), menciona que dichos sistemas “...son técnicas contables y herramientas administrativas que proporcionan a la alta dirección los datos que le permiten identificar, clasificar, cuantificar monetariamente y jerarquizar los costos asociados a la calidad de la organización...”.

Según Valderrama, López, y Terán (2013, p. 23), todo sistema de costos tendrá características definidas de acuerdo a la naturaleza del establecimiento, y la necesidad de información requerida. Un sistema de costos eficiente, debe garantizar “...el suministro de datos significativos y oportunos de fácil interpretación para sustentar la toma de decisiones...”. Por lo que Hansen y Mowen (2007, p. 185), indican que la función de un sistema enfocado en los costos, es generar la información apropiada sobre los mismos, en términos de “...satisfacer las necesidades de acumulación, medición y asignaciones de costos...”. En el mismo sentido, Molina y Morillo (2000, p. 5), coinciden en la implementación en un sistema

de costos, al indicar que estos deben ser diseñado y ajustados a las características del servicio que la empresa ofrece, dado que el objetivo de dicho sistema es determinar los costos incurridos en el periodo.

Al conocer estos conceptos se puede determinar que la función de un sistema de costos, es registrar los costos que se vayan generando en torno a las operaciones específicas experimentadas por cada empresa, incluyendo los esfuerzos por mantener y elevar la calidad del servicio, o la ausencia de esta, con fines de análisis.

De acuerdo con Marín (1989), citado por Morillo (2015), administrativamente existen circunstancias en las empresas prestadoras de servicios gastronómicos que chocan con varios principios o criterios de los sistemas de costos de la contabilidad administrativa convencional, así como con criterios económicos y de rentabilidad hacia la máxima reducción de costos. Por ejemplo, muchos costos incurridos en estas empresas no pueden ser identificados con el servicio prestado a cada cliente (como los alimentos consumidos, materiales utilizados, publicidad y otros). Por esta razón, es común considerar a las unidades de trabajo como centros de costos con los cuales se identifican y se cuantifican los costos de los servicios a los fines de calcular las utilidades. Esta falta de identificación de costos respecto a los diversos servicios prestados a cada cliente, conlleva a su vez dificultades al momento de fijar precios y el margen de ganancia por cada tipo de servicio prestado.

Otro aspecto relevante con incidencia en los sistemas y estructuras de costos de los prestadores de servicio de comida rápida, es la considerable inversión para el funcionamiento y demás esfuerzos, para tratar de satisfacer las exigencias del cliente, y su ubicación física estratégica, exigen elevadas inversiones en capital, con un alto componente de costos fijos (costos que permanecen constantes frente a los niveles de actividad). Como consecuencia de ello, el establecimiento puede incurrir en altos costos de electricidad, por ejemplo, aunque no haya muchos comensales en sus mesas, puesto que el local deberá estar perfectamente iluminado y sus refrigeradores encendidos, entre otros. Estos elevados costos fijos e inversiones le ocasionan una alta inflexibilidad para ajustar su oferta a los niveles de demanda o para cambiar de actividad (Morillo, 2015).

Para las empresas de servicio medir sus costos con detalle se hace mucho más complicado, ya que los servicios no son inventariables y los inventarios que manejan son los insumos necesarios para la prestación del servicio. Molina y Morillo (2000, p. 2) acotan que, en las empresas de servicio no se puede hablar de inventarios o materia prima, ya que los mismos no son transformados en productos tangibles. Sin embargo, cuentan con los insumos necesarios para ofrecer el servicio a sus clientes. Estas empresas, a pesar de que no registran costos de inventarios, generan altos costos y gastos para poder brindar sus servicios. Como mencionan estas autoras, los mismos son causados por los "...costos indirectos, es decir, costos no asociados fácilmente con los servicios prestados, como depreciaciones, arrendamientos, servicio de mantenimiento técnico, suministros y otros, dado los altos niveles de propiedad planta y equipos presentes en su estructura de inversión",

Por otra parte Backer, et al, (1996), deja ver que en las empresas de servicios los costos pueden ser tratados de tres maneras; la primera, como gastos a ser comparados con los ingresos en el momento en que se incurra en el mismo (gastos de operación o costos del periodo); la segunda, es capitalizarlos y clasificarlos como activo fijo, gastos pagados por anticipado o como cargos diferido, para luego calcularles bien sea la depreciación, el anticipo agotado, y el cargo amortizado o consumido; y la tercera manera, como un inventario o "...como parte de los costos de los productos que se elaboran y venden..." para ser comparados con los ingresos en el estado de resultados cuando sean vendidos.

Según Morillo (2009), el sistema de costos en los servicios de restauración es híbrido, por cuanto que en el mismo se acumulan los costos asociados al servicio, asociados por departamento por especialidad gastronómica, mientras que para fijar tarifas y calcular los cobros a los clientes por servicios se realiza una identificación por órdenes de cada cliente, según la cantidad de servicios consumidos (platos, bebidas y otros). Es decir, el costo de los alimentos (material directo) se identifica por plato o servicio consumido por cada cliente mientras que los costos asociados a mano de obra y otros costos generales, son tratados como costos indirectos, identificados e imputados al centro de costos correspondiente.

Generalmente en estos establecimientos, a “...los clientes les son asignados dichos costos de alimentos por plato consumido más un margen bruto de beneficio con el cual se espera cubrir los costos de personal, los costos generales y el beneficio neto...” (Morillo, 2009, p. 307).

Estructura de costos

En el ámbito macroeconómico, Chacón (2020, s.p.), define a la estructura de costos como una “Expresión usada en el ámbito empresarial y gremial, en particular cuando se trata de discutir con el gobierno asuntos como los efectos de los impuestos, precio de gasolina, salario mínimo y cualquier costo de un insumo”.

Según Botero (2012), una estructura de costos es el conjunto de erogaciones, representado por las proporciones del costo total, con el que se hacen posible el proceso productivo o prestar algún servicio, a ser vendido para obtener ingresos. En otras palabras, es el conjunto de las proporciones respecto al costo total de la actividad del sector o de la empresa, que representa cada tipo de costo.

Para, Inchausti (2011), la estructuración de costos es un proceso orientado a organizar de manera práctica la gestión de costos, basado en las prioridades estratégicas y operativas de la organización, por lo que abarca todas las operaciones de la organización, la definición de los mecanismos para el procesamiento de datos financieros, y el desarrollo de la capacidad de diseminación de la información oportuna y de calidad con fines internos y/o externos. Específicamente, según Chacón (2020, s.p.), la estructuración “Consiste en identificar lo que cuesta cada insumo y actividad para determinar costos unitarios que nos permitan fijar precios y costos totales que puedan ser comparados con los ingresos totales a fin de conocer los resultados”.

Las empresas de servicio en su afán de poder determinar sus costos lo más detallado posible hacen uso de herramientas que les permiten clasificar, desglosar, asignar los costos a las unidades producidas y así poder determinar los costos del producto o del servicio. Al respecto Rodríguez (2004, p. 27), define esta

determinación como "...un proceso que tiene por objetivo organizar de forma efectiva los costos dentro de una empresa y así mejorar la toma de decisiones. Toma en cuenta diferentes aspectos como los: tipos de costos, porcentajes, productos, clientes, entre otros...". Según Morillo (2021a, p. 264), las estructuras de costos son "...utilizadas ampliamente con el propósito de planificar y controlar los costos, con la idea de poder tomar decisiones tanto en el corto como en el largo plazo en cuanto a las actividades, procedimientos, bienes y servicios." Morillo (2021a), también menciona que, la utilización de esta herramienta se hace cada vez más recurrente, ya que la evolución de la economía y su complejidad así lo requieren, no solo se trata de determinar los precios, sino de poder tener una ventaja competitiva en el mercado, logrando con ello incrementar sus utilidades.

En resumen la estructura de costos es fundamental para la empresa, no solo por permitir de manera organizada costear y valorar los productos y servicios prestados por la empresa, sino por permitir: 1. evaluar la eficiencia y eficacia del uso de los recursos; 2. conocer el impacto sobre el costo total del incremento del costo de uno de sus elementos; 3. estudiar las tendencias o comportamientos de los elementos de la estructura comparado con el de períodos anteriores; 4. comparar el sector o la empresa con otros sectores o empresas; y 5. diseñar estrategias de reducción y control de costos, lo cual incluye tomar decisiones en función de la rentabilidad del producto o servicio.

Numerosos autores coinciden en que, para determinar los costos asociados a los servicios de alimentos y bebidas, los elementos del costo deben agruparse de acuerdo a la clasificación de costos de la contabilidad convencional, así lo referencian Rodríguez (2004), Morillo (2009), Boardman (1973), Lattín (2002), Lukie (2004), Marín (1989), Matías (1976), y Ovejero (1971). Estos elementos son costos de materiales directos, costos de mano de obra y costos generales.

Costo neto de alimentos y bebidas

El costo bruto de materiales directos en un restaurante equivale al costo de las materias primas o ingredientes usados para elaborar las comidas, platillos o bebidas (Morillo, 2009). Para determinar su costo total no es necesario hallar todos los elementos utilizados en la distintas comidas o platillos, solo bastará mensual o periódicamente el total de los alimentos y bebidas adquiridos (compras directas) y de lo que se haya consumido durante el mes (requisiciones del almacén), lo cual equivale a la ecuación: costo del inventario inicial de alimentos y bebidas, más las compras de alimentos y bebidas, menos el valor del inventario final de alimentos y bebidas, con una variación del 0,5% por los desperdicios y mermas. Por ello Morillo (2009), recomienda con fines de control interno practicar conciliaciones, entre las requisiciones o salidas de almacén y compras directas, y la diferencia entre el valor de los inventarios y las compras.

Según como Lukie (2004), calcular el costo bruto de los alimentos a partir de las requisiciones al almacén y el total de las compras o consumos directos, es mejor que estar contabilizando todos los desperdicios (verduras marchitas, pequeños derramen y otros desechos) de difícil valoración para ser retirados del inventario, y de la cocina. Las mermas, según Chacón (2020, s.p.), “Son las pérdidas de peso o volumen que sufren las materias primas debido a la limpieza, el recorte, la división en porciones o cocción” y pueden ser calculadas a través de prueba de rendimiento, ello mostrará el costo real de la materia prima que experimentará pérdida de peso o volumen en su preparación. No obstante, cuando se trata de restaurantes de comida rápida altamente estandarizados, las mermas o sobrantes pueden ser estimados con facilidad y ser incorporados en la receta estándar. En otras ocasiones los sobrantes pueden ser vendidos por lo que deberán disminuir el costo de los alimentos utilizados.

Para Morillo (2009, pp. 310-311), la estructura del costo de los alimentos y bebidas en un restaurante en caso de tener inventario de alimentos y bebidas es:

“...similar al costo de las mercancías o de producción de comercializadoras o manufacturas. Se entiende por reserva o inventario final al total de costos de los alimentos que se encuentren en buen estado en el almacén y en la cocina sin haber sido utilizados, valorados en función del

correspondiente precio de las últimas facturas de compra, asumiendo un método de valoración de inventarios primeros en entrar primeros en salir. Dicha existencia se obtiene tomando un conteo físico de los alimentos no usados. La reserva o inventario inicial de alimentos igualmente representa el valor de los alimentos existentes en cocina o almacén sobrantes del mes anterior. El total de las compras es el importe neto del costo de los alimentos comprados en el período, considerando devoluciones, compensaciones y descuento.”

Chacón (2020), define de forma detallada los inventarios en el marco de la gestión de restaurantes, como el registro de todos los ítems del almacén, refrigeradores y congeladores, los que están en la cocina, en el bar y el comedor, con lo que se podrá conocer: Cuántos artículos se tienen en existencia, los consumos de cada ítem del inventario para determinar las órdenes de compra, y las cantidades compradas en exceso o por debajo al consumo promedio. Este inventario a su vez, permitirá incrementar la frecuencia del seguimiento de las materias primas, como podría ser por medio del control diario.

En caso de no tener inventarios de alimentos y bebidas por ser el negocio de comida rápida de pequeña magnitud, el costo bruto de los alimentos y bebidas debe ser igual a las compras directas de alimentos y bebidas realizados en el mes (Rodríguez, 2004).

También el costo bruto de los alimentos y bebidas en los restaurantes, además del costo de adquisición, debe incluir el costo de los fletes, los descuentos, los envases, y la manipulación de las materias primas y suministros, así como los desechos, deterioros, daños y los ajustes a los inventarios según los conteos físicos (Chacón, 2020).

Para hallar el costo neto de alimentos y bebidas usados, al importe del costo bruto, se le debe sustraer el costo de los alimentos consumidos en áreas distintas a la de atención a los clientes, es decir, los alimentos consumidos por el personal, los alimentos consumidos en obsequios y cortesía, y las ventas de residuos, estos deberán ser extraídos del costo de los alimentos, y ser presentados en el concepto adecuado (costo de personal, promoción y ventas, etc.).

La estructuración de costos de los alimentos, para restaurantes de comida rápida puede desglosarse por especialidad de comidas preparadas (pizzas, hamburguesas, bebidas y helados, fiambrería, pastelería, etc.) las cuales son generalmente un menú estrecho para los establecimientos de comida rápida. Para ello, Morillo (2009, p. 313) recomienda “...agrupar y controlar los inventarios y compras por cada conjunto de ingredientes... y emplear una planilla de distribución diaria de costos de dichos alimentos para la cocina, pastelería, panadería y otras especialidades... acumulados así, los costos por especialidades... se podría calcular el margen o utilidad bruto por cada especialidad gastronómica ...”.

Costo de mano de obra y costos generales

Los costos de personal o de mano de obra, comprenden los derivados del personal que presta el servicio, a semejanza del costo de la mano de obra directa dentro de una manufacturera, tales como alimentos, uniformes, salarios, horas extra, vacaciones, aportes de seguridad social, etc.

Los costos generales en el negocio de alimentos y bebidas, incluyen aquellos no incluidos en los materiales o materias primas y mano de obra, tales como papelería, servilletas, depreciación y reemplazo de vajillas, cubiertos y utensilios de cocina usados, limpieza, lavandería, ambientación y decoración, iluminación, seguridad, y hasta aquellos costos no identificados con la prestación directa del servicio tales como el salario del gerente general, el arrendamiento del local, los servicios de electricidad y agua, telecomunicaciones y otros (Morillo, 2009).

Sobre el formato para presentar la estructura de costos en los restaurantes, existen gran cantidad de formatos, de acuerdo a las necesidades de información de la empresa; atendiendo a la escasa magnitud del negocio de comida rápida, uno de ellos puede ser presentado de acuerdo a los menús ofrecidos (ver Tabla 1).

Tabla 1 Estructura de costos para establecimientos de alimentos y bebidas

Egresos:	Bebidas y				TOTAL
	Hamburguesas	Pizzas	Helados	Pastelería	
Costo neto de alimentos y bebidas:					
Inventario inicial de alimentos y bebidas					xxx
Compras netas					xxx
Inventario final alimentos y bebidas					(xxx)
Costo bruto de los alimentos y bebidas	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx
Menos créditos:					
Costo de alimentos y empleados	xxx	xxx	xxx	xxx	(xxx)
Publicidad	xxx	xxx	xxx	xxx	(xxx)
Cortesías u obsequios	xxx	xxx	xxx	xxx	(xxx)
Costo de alimentos consumidos en áreas generales					(xxx)
Costo neto de los alimentos y bebidas	(xxx)	(xxx)	(xxx)	(xxx)	(xxx)
Costo de empleados:					
Sueldos y salarios de meseros y barman					(xxx)
Sueldos y salarios de cocineros, reposteros y auxiliares					(xxx)
Cargas por seguridad social					(xxx)
Alimentación de personal					(xxx)
Uniformes de personal					(xxx)
Otros costos generales:					
Lavandería y lencería					(xxx)
Vigilancia					(xxx)
Limpieza					(xxx)
Artículos de tocador y cosméticos en sanitarios					(xxx)
Papeles y artículos de oficina					(xxx)
Suministros de bebidas y obsequios a clientes					(xxx)
Servicios de comunicaciones (internet, tele-fax)					(xxx)
Decoraciones (flores, ambientadores, y otros)					(xxx)
Comisiones a agentes de viaje					(xxx)
Arrendamiento de equipos e instalaciones					(xxx)
Depreciaciones y amortizaciones					(xxx)
Publicidad					(xxx)
Costo total					(xxx)

Nota. Tomado de Morillo, 2009 (p. 317).

Los costos de mano de obra y gastos generales, son conocidos también como costos de conversión, aun cuando contemplan todos los costos distintos a los alimentos y bebidas suelen representar un concepto importante dentro de la estructura

de costos, es por ello que según el Sistema Uniforme de Cuentas para Restaurantes (USAR) recomendado por la Asociación Nacional de Restaurantes, y citado por Chacón (2020), existe una clasificación detallada de los mismos (ver Tabla 2).

Tabla 2 Costos de conversión para establecimientos gastronómicos

Costos relacionados con las operaciones de alimentos y bebidas	Gastos de Operación Directa	Uniformes Servicio de lavandería y tintorería Alquiler de mantelería Mantelería Porcelana y cristalería Cubiertos Utensilios de cocina Gastos de automóviles y camiones Suministros de limpieza Suministros de papel Suministros para invitados Suministros de barra Menús y listas de vinos Contrato de limpieza Fumigación Flores y decoraciones Gastos de estacionamiento Licencias y permisos Gastos de banquete Otros gastos operacionales	
	Música ambientación y Entretenimiento	Músicos Animadores profesionales Música mecánica Servicios de cable contratados Alquiler y afinación de piano Películas, discos, cintas y partituras Programas Regalías a ASCAP, BMI y SESAC Tarifas de los agentes de reserva Comidas servidas a músicos	
	Marketing	Venta y promoción Servicio de representante de ventas Gastos de viaje por solicitud Correo directo Teléfono utilizado para publicidad y promoción Comida y bebida de cortesía (incluidas comidas gratis para los clientes) Franqueo Publicidad Periódicos Revistas y revistas especializadas	
		Circulares, folletos, tarjetas postales y otras piezas de	Signos al aire libre Radio y televisión Programas, directorios y guías Preparación de copia, fotografías, etc.

		Relaciones públicas y publicidad	Proyectos cívicos y comunitarios Donaciones Recuerdos, favores, artículos del cofre del tesoro
		Honorarios y comisiones Investigación	Gastos de agencia publicitaria o promocional
		Investigación	Viaje en conexión con la investigación Agencia de investigación externa Pruebas de producto
	Servicios Públicos	Corriente eléctrica Bombillas eléctricas Agua Eliminación de desechos Gas natural Otros combustibles	
	Gastos Administrativos y Generales	Papelería, impresión y suministros de oficina Costos de procesamiento de datos Franqueo Telegramas y teléfono Cuotas y suscripciones Gastos de viaje Seguro general Comisiones por cargos de tarjetas de crédito Provisión para cuentas de cobro dudoso Efectivo (o corto) Honorarios profesionales Servicios de protección y recogida en el banco Cargos bancarios Misceláneos Acceso a Internet (no en USAR, pero agregado por ser un gasto presente en la actualidad)	
Costos relacionados con el trabajo	Impuesto federal de desempleo Impuesto estatal de desempleo Compensación laboral Seguro de grupo Impuesto de seguro de salud estatal Pagos del plan de bienestar Pagos del plan de pensiones Primas de seguro de accidentes y salud Primas de seguro de vida Comidas del empleado Gastos de instrucción y educación del empleado Empleado de navidad y otras fiestas Actividades deportivas de empleados Gastos médicos Cooperativa de ahorro y crédito Premios y recompensas Transporte y vivienda		
Costos relacionados con el mantenimiento de instalaciones y equipos	Equipo de cocina Equipo de oficina Refrigeración Aire acondicionado Fontanería y calefacción Eléctrico y mecánico Pisos y alfombras Edificios Estacionamiento Jardinería y mantenimiento de jardines Alteraciones de construcción Pintura, enlucido y decoración Contratos de mantenimiento		

	Autos y camiones Otros equipos y suministros	
Costos de ocupación	Alquileres	Alquiler mínimo o fijo Porcentaje de alquiler Alquiler de tierra Renta de equipo Impuestos de bienes inmuebles Impuestos a la propiedad personal Otros impuestos municipales Impuesto de franquicia Impuesto de capital Derechos de licencia de asociación o corporación Seguro de construcción y contenido
	Intereses	Documentos por pagar Deuda a largo plazo Otras
	Depreciación	Documentos por pagar Deuda a largo plazo Otras

Nota. Tomado del Sistema Uniforme de Cuentas para Restaurantes (USAR), citado por Chacón (2020).

A continuación también Rojas (2018), presenta en el marco del informe Estado de Resultados, una síntesis de la estructura de costos para establecimientos gastronómicos (ver Tabla 3).

www.bdigital.ula.ve

Tabla 3 Estado de Resultados para establecimientos gastronómicos

EL REFUGIO BAR RESTAURANT, C.A
ESTADO DE RESULTADOS
(EXPRESADO EN BOLIVARES)
DEL 01/01/2018 AL 31/05/2018

INGRESOS	
Ordinarios	
Ingresos Restaurant	325.800.652.012
Ingresos Hospedaje	744.582.005.001
TOTAL DE INGRESOS	1.070.382.657.013
COSTO DE PRODUCCIÓN Y VENTA	
Compras	198.520.500.000
Compras Alimentos	50.587.965.400
Mano de Obras	715.000.500.000
Compras Insumos Hospedaje	80.520.456.215
Otros Costos	1.044.629.421.615
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	25.753.235.398
UTILIDAD BRUTA	
GASTOS OPERATIVOS	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	
Sueldos y Salarios	70.000.000
Servicios Públicos	20.000.000
Insumos Administrativos	15.000.000
Tributos Nacionales	2.582.020
TOTAL ADMINISTRATIVOS	107.582.020
GASTOS DE VENTA	
Sueldos y Salarios	25.000.000
Servicios Públicos	5.000.000
Publicidad	30.000.000
TOTAL GASTOS VENTA	60.000.000
TOTAL GASTOS OPERATIVOS	167.582.020
UTILIDAD OPERATIVA	25.585.653.378

Nota. Tomado de Rojas (2018).

Costos de calidad (COQ)

Los costos de calidad, son definidos por Hansen y Mowen (2007, p. 624), como "... aquellos que existen porque puede haber una calidad deficiente o porque en realidad existe tal deficiencia". Climent (2005, p. 92), menciona que los costos de calidad son todos los costos incurridos para prevenir y controlar que el producto o el servicio se entregue al cliente final en condiciones óptimas. Así como también todos los costos que puedan ser ocasionados por defectos del producto y/o servicio, tanto antes de la compra (dentro de la empresa) como después de la misma (en manos del consumidor). Estas definiciones coinciden con lo señalado por Garbey (2002), citado por Morillo (2010, p. 7), como todos aquellos costos que se afrontan para poder garantizar la calidad que satisface los deseos del cliente, tomando en cuenta los costos que se generen por pérdidas cuando la calidad no es satisfactoria para el cliente. De forma simple, Heizer, y Render (2009, p. 196) integra lo anterior diciendo que, los costos de calidad son los costos causados por "...hacer las cosas mal, es decir, el precio por no ajustarse a los estándares".

A partir de lo anterior, los autores Hansen y Mowen (2007, pp. 624-625), Heizer, y Render (2009, p. 196), coinciden que existen cuatro categorías asociadas a la calidad los cuales definen los generadores de costos de calidad.

Costos de prevención: son todos los costos que se generan al tratar de evitar una mala calidad en el servicio que se está prestando. Según Morillo (2021a), todas estas actividades consumen costos y comúnmente se registran en la contabilidad de costos convencional. Ejemplos de estos, pueden ser los costos de diseño de estándares o procedimientos de prestación del servicio, las investigaciones de mercado para determinar las necesidades de los clientes, el uso de la tecnología de la información (computación, la comunicación, procesamiento de datos y demás convertidores de la información) para alcanzar rapidez, consistencia en los procesos y obtener el óptimo desempeño de los trabajadores.

Costos de evaluación: incluyen todos aquellos costos en los que se incurre para poder garantizar e inspeccionar que el servicio al cliente cumple con las políticas de calidad implementadas por la empresa, es decir, con todas las normas de calidad

establecidas para satisfacer al cliente, tanto externo como interno. Según Morillo (2021a), comprende los costos de medición, análisis e inspección, por lo que muchos de ellos están registrados en la contabilidad de costos convencional.

Para Morillo (2021a), los costos de fallas son los costos que podrían ser evitados si la empresa presta servicios de calidad, por ello, son denominados costos de no calidad. Dichos costos, dependiendo del momento en que se detectan, pueden dividirse en:

Costo por falla interna: son aquellos costos evitables cuando el establecimiento ofrece servicios de calidad desde el primer momento, en otras palabras, son costos que se generan porque el servicio requerido por el cliente no cumple con las especificaciones del mismo. Dicha falla es detectada por las inspecciones de evaluación, antes de la entrega al cliente, cuando ya se ha entregado al cliente se trata de costos por fallas externas. Ejemplo, de costos de fallas internas son costos de mantenimiento correctivo de la planta eléctrica.

Costos por fallas externas: son los costos incurridos cuando el servicio no cumple con las expectativas del cliente, luego de que este le fue entregado. Es decir, son los incurridos cuando los errores o fallas son detectados o percibidos por el cliente, tales como remplazos, devoluciones, indemnizaciones u operaciones de emergencia (Morillo, 2021a). Muchos de estos costos son costos intangibles, por lo que para la toma de decisiones algunos deben ser estimados subjetivamente (desmotivación del personal, clientes insatisfechos, pérdida de imagen y clientes), de allí que se sitúan en la parte oculta de la empresa y son ignorados por los sistemas convencionales de contabilidad de costos. Paradójicamente, los costos de fallas externas son superiores a los costos tangibles por ello, en la utilización y análisis de los costos de calidad es más importante la coherencia que la exactitud, por cuanto muchas de las cifras reportadas son basadas en conceptos intangibles, los cuales son cuantificados a partir de estimaciones para ser ilustrados ante los tomadores de decisiones internos (ver Tabla 4).

Tabla 4 Clasificación de los costos de calidad

Costos de prevención:
Selección e inducción del personal
Capacitación del personal
Limpieza
Preparación y revisión de máquinas
Reemplazo de uniformes y piezas de maquinarias
Diseño y actualización de diseños
Investigación de mercados
Mantenimiento preventivo de instalaciones
Almacenamiento de materiales y suministros
Registro de clientes (entrada y salida)
Base de datos del servicio y de clientes
Costos de evaluación:
Inspección de materiales, productos, procesos e instalaciones
Supervisión de trabajadores
Supervisión del cumplimiento de diseños o estándares de producción
Servicios de vigilancia
Costos de fallas internas:
Servicio de planta eléctrica
Mantenimiento correctivo de instalaciones y equipos
Materiales desperdiciados
Ausentismo
Extravíos de utensilios, pérdidas de suministros
Productos dañados y reprocesamiento de productos defectuosos
Costos de fallas externas:
Descuentos especiales por recuperación del servicio
Obsequios e indemnizaciones
Demandas legales
Tiempo de espera para el cliente
Clientes insatisfechos
Registro y procesamiento de reclamos de clientes

Nota. Elaborado a partir de datos tomados de Morillo (2021a).

Son varios los autores que coinciden en la clasificación anterior, sin embargo, hay autores que hacen la acotación de que también se podrían identificar por costos de calidad y costos de no calidad, siendo los costos de calidad la sumatoria de los costos de prevención y evaluación. Y los costos de no calidad, los costos conformados por las fallas internas y externas. Al respecto Przybylski (1995, p. 69-70), hace la acotación de que las empresas son conocedoras de sus costos y gastos, sin

embargo les resulta difícil determinar qué proporción de esos costos y gastos, son originados por la falta de calidad de sus servicios, es decir, "...por brindar servicios que no llegan a satisfacer a los usuarios...", de tal manera que es fácil deducir que a mayor calidad, habrá un costo, mientras que a menor calidad habrá un mayor costo, afectando esto más significativamente a la empresa. Por ello, comúnmente se afirma que la ausencia de calidad permanentemente desencadena costos mucho más elevados, siendo perjudicial para una organización tratar de disminuir sus costos reduciendo la calidad del servicio.

Otra clasificación descrita por Climent (2005, p. 93), son los costos de calidad tangibles y costos calidad intangibles; los primeros, "...se pueden medir de forma objetiva y son ocasionados por la falta de calidad o para obtener una calidad específica..." mientras que los costos de calidad intangibles son los costos "...cuya valoración se realiza por métodos subjetivos y que afectan aspectos tales como: imagen de la empresa, pérdida de ventas por fallas de satisfacción de los clientes...". Al respecto Hansen y Mowen (2007, p. 626), señalan que otra manera de clasificar los costos de calidad es, "...como observables u ocultos..." donde los costos de calidad observables son aquellos costos que han sido registrados por la contabilidad, mientras que los costos ocultos son aquellos costos de "...oportunidad que resultan de una calidad deficiente...", dichos costos no se encuentran registrados en la contabilidad.

Dado el comportamiento de los distintos costos asociados a la calidad y a la no calidad para un establecimiento es importante poder determinar en qué momento se está ofreciendo la calidad que espera el cliente, o cuando hay ausencia de la misma, a la vez que es fundamental conocer dichos costos para poder determinar las acciones que los aminore. Con este propósito, las empresas buscan la manera de poder hacer mediciones de los costos de calidad, y para ello implementan sistemas de costos que les permiten analizar el generador de dichos costos, y plantear las estrategias de equilibrio, entre la calidad esperada por el cliente, y la calidad ofertada.

Sistemas, estructura y comportamiento de los costos de calidad

Dado el comportamiento de los costos de calidad, como un esfuerzo para su reducción de costos e incrementar la competitividad en el mercado, usualmente los gerentes requieren información relevante sobre sus costos, los cuales según Hansen y Mowen (2007), deberán estar detallados, discriminados o clasificados en costos de calidad, los cuales pueden ser reportados por un sistema de costos de calidad.

Los sistemas de costos de calidad son técnicas contables y herramientas administrativas que proporcionan a la alta dirección los datos que le permiten identificar, clasificar, cuantificar monetariamente y jerarquizar los costos asociados a la calidad de la organización, con el objetivo de medir en términos económicos las áreas de oportunidad y el impacto monetario de los avances del programa de mejoras que implementa la organización, y así optimizar los esfuerzos por lograr mejores niveles de calidad, de costos y/o de servicios que incrementen su competitividad y afirmen su permanencia en el mercado (Morillo, 2021a, p. 126).

Para Morillo (2021a), muchos autores coinciden en que los costos de calidad reportados por un sistema, a través de informe de costos de calidad, incluye la totalidad o gran parte de los costos incurridos para la prestación del servicio de venta y entrega, pero presentados de forma distinta. Lo anterior, es debido a que directa o indirectamente todas las actividades y tareas internas o del proceso de la organización apuntan a la calidad.

Los reportes de costos de calidad, además de permitir a la gerencia tener una visión completa en términos monetarios del costo de la falta o de los niveles de calidad de la organización, permiten conocer la magnitud del tema de la calidad, determinar con precisión las áreas de oportunidad y evaluar monetariamente los resultados de los esfuerzos en la mejora continua o mejoras realizadas, así como fundamentar económicamente la necesidad de hacer bien el trabajo al calcular sus ahorros. Por ejemplo, para Hansen y Mowen (2007), un informe de costos de calidad permite hacer un seguimiento de los costos de desecho en las líneas de productos existentes o determinar si de acuerdo a las características de diseño del nuevo producto disminuyen los desperdicios o los costos de supervisión o inspección, entre otros (Ver Tabla 5).

Tabla 5 Informe comparativo de costos de calidad

	<i>Costos reales</i>	<i>Costos presupuestados (a)</i>	<i>Desviación</i>	
Costos de prevención:				
Fijos:				
Capacitación de calidad	\$35.000	30.000	5.000	D
Ingeniería de confiabilidad	80.000	80.000	0	
Total de costos de prevención	\$115.000	\$110.000	\$5.000	D
Costos de evaluación:				
Variables:				
Inspección de materiales	\$20.000	\$28.000	\$8.000	F
Aceptación de producto	10.000	15.000	5.000	F
Aceptación de proceso	38.000	35.000	3.000	F
Total de costos de evaluación	\$68.000	\$78.000	\$10.000	F
Costos de falla interna:				
Variables:				
Desecho	\$50.000	\$44.000	\$6.000	D
Retrabajo	35.000	36.500	1.500	F
Total de costos de falla interna	\$85.000	\$80.500	\$4.500	
Costos de falla externa:				
Fijos:				
Quejas de clientes	\$25.000	\$25.000	0	
Variables:				
Garantía	25.000	20.000	5.000	D
Reparaciones	15.000	17.500	2.500	F
Total de costos de falla externa	\$65.000	\$62.500	\$2.500	D
Total de costos de calidad	\$333.000	\$331.000	\$2.000	D
Porcentaje de ventas reales (b)	11,89%	11,82%	0,07%	

(a) Basado en ventas reales

(b) Ventas reales de \$ 2.800.000

Nota. Tomado de Hansen y Mowen 2007, (p. 457).

Numerosos especialistas en sistemas de costos de calidad, como Colunga y Saldierna (1998), Hansen y Mowen (2007), y Ramírez (2004), indican que existen una serie de tendencias dentro de cada una de las categorías de los costos de calidad que deben ser estudiados para disminuir la totalidad de los mismos, o determinar su nivel óptimo de costos (ver Gráfico 1).

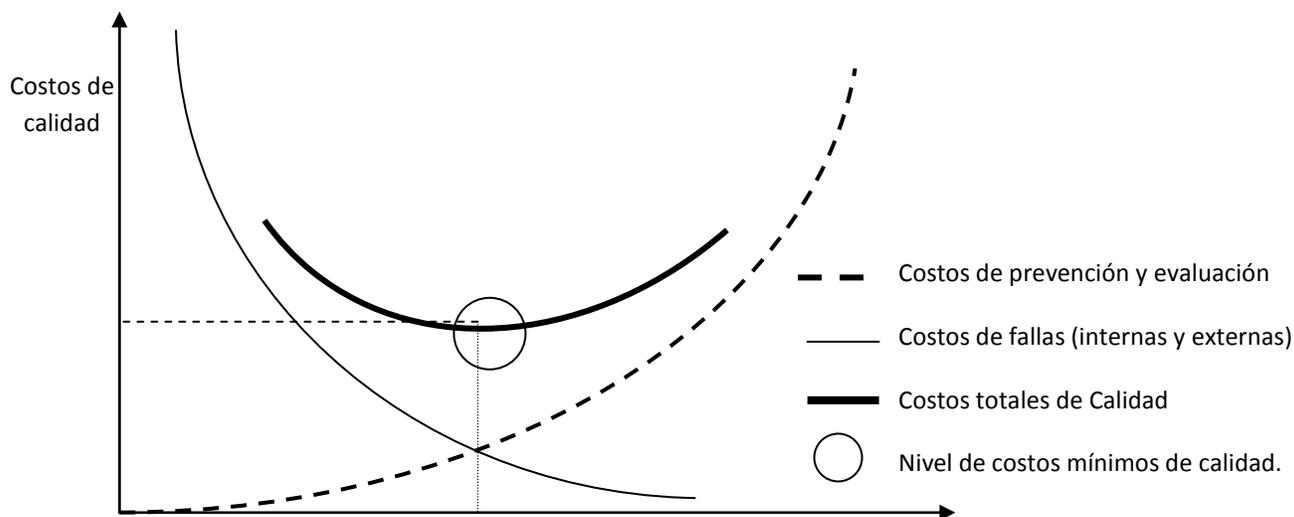


Gráfico 1. Comportamiento de los costos de calidad. Tomado de Hansen y Mowen (2003) y Ramírez (2004).

El comportamiento de costos de calidad, se reflexiona de la siguiente manera:

Los costos de prevención y evaluación son costos asociados a la calidad del servicio, presentes precisamente cuando se desarrollan actividades encaminadas al desarrollo y mantenimiento de servicios de calidad; mientras que cuando la empresa no tiene controles y actividades encaminadas a la calidad, o las mismas no son eficientes se experimentan los denominados costos de fallas (internas y externas) las cuales son costos de no calidad. En estas circunstancias, la lógica apunta hacia un comportamiento de ambos grupos de costos inversamente proporcional según sean los esfuerzos realizados para la calidad del servicio. Es decir, cuando una empresa, después de haber implantado un programa de calidad total, empieza a sentir los efectos de las actividades de prevención y evaluación, y observa cómo se incrementan las inversiones destinadas a la prevención y evaluación de la calidad, y a la vez se van reduciendo sus costos de la no calidad o de fallas, por cuanto estos últimos disminuyen en la medida que se incrementan los costos de calidad (Morillo, 2009, pp. 109-110).

Se trata de determinar el nivel óptimo de costos de calidad, igual al cálculo del lote óptimo de compra a partir de la ubicación del punto mínimo de la función del costo total, como "...un nivel de calidad aceptable donde se deben realizar esfuerzos para prevenir y detectar errores, mientras que los decrecimientos de los costos de fallas sean mayores que los incrementos de los costos de calidad (prevención y evaluación)..." (Morillo, 2009, p. 110).

El comportamiento de los costos de calidad es relativo, lo anterior se reflexiona a partir de la reducción de los costos de prevención y evaluación a medida que se alcanzan esfuerzos y niveles elevados de calidad, al igual que los costos por fallas, producto del desarrollo de una cultura de calidad total o de cero defectos. Es decir, que a largo plazo todos los costos de calidad disminuirán, al no requerirse, por ejemplo, costos de adiestramiento del personal, de diseño de procedimientos, y manuales, dado el capital intelectual acumulado, así como los costos asociados a la publicidad, dada la imagen y prestigio de la empresa (Morillo, 2009).

Aun cuando la empresa no haya alcanzado un modelo cero defectos o de calidad aceptable, para Morillo (2009), los informes presentados por los sistemas de costos de calidad permiten que la dirección conozca y evalúe los beneficios que se obtienen de un proceso de mejoras, a partir no sólo de la reducción de errores, sino de la simplificación de actividades, dado que comúnmente la gerencia valora más un informe expresado en términos monetarios, que basado en la disminución de las fallas o simplificación de actividades; se trata de brindar una visión completa en términos monetarios de lo que cuesta la falta o los niveles de calidad de la organización, además de conocer la magnitud del tema de la calidad, y determinar con precisión las áreas de oportunidad, así como la necesidad de hacer bien el trabajo al calcular el ahorro por trabajar sin reproceso o errores.

Marco Legal

En esta sección se hace mención a la normativa y leyes en el ámbito internacional y nacional, que han sido promulgadas y están en vigencia, vinculadas al sector servicios, específicamente a los establecimientos gastronómicos, en cuanto a su estructura contable, financiera y su funcionamiento operativo. Específicamente, a continuación se mencionan algunas normas internacionales asociadas a la información financiera, los principios éticos del turismo en el mundo, y las directrices para la reactivación del negocio gastronómico de manera segura en medio de la

pandemia, emitidos por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y por la OMT; a nivel nacional se hace referencia al reglamento para el expendio de alimentos venezolano, a la ley que regula la fijación de precios y margen de ganancias en Venezuela, a la declaración nacional de la emergencia sanitaria, entre otras.

Normas Internacionales de Información Financiera –NIIF- 2015, vigentes a partir del 1 de enero de 2017

La Norma Internacional de Información Financiera para las Pequeñas y Medianas Entidades (NIIF para las PYMES) es emitida por el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB)¹. Esta norma tiene como propósito que la información financiera emitida por las organizaciones sea legalmente aceptada a nivel mundial, logrando así que el tema contable sea más uniforme y comprensible para los agentes externos de las organizaciones (NIIF, 2015).

A nivel nacional, la Federación de Contadores Públicos de Venezuela - FCCPV- es el organismo encargado de velar que la normativa emitida por el IASB se incorpore en la información financiera emitida por las empresas, siendo también la responsable de lo contentivo en la normativa y procedimientos a nivel nacional. La FCCPV ejercen su autoridad, en Venezuela, a través de los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados –PCGA- los cuales son publicados en los boletines de aplicación -BA VEN-NIF- y son emitidos con el fin de facilitar la comprensión de la adaptación de las NIIF al contexto tanto económico, como cultural y contable de Venezuela.

Estos PCGA, en concordancia con el tema de investigación, contiene la norma en su Sección 3, referida a la *Presentación de Estados Financieros*, donde se menciona que las entidades que hagan uso de las NIIF deben evaluar la continuidad de la “Hipótesis de negocio en marcha”. Esta hipótesis se vincula con la operatividad de las empresas en estudio dada la incertidumbre de las mismas en sus operaciones, la cual debe ser revelada, en el contexto de la pandemia de los ejercicios económicos de

¹ “El Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB) se estableció en el año 2001, como parte de la Fundación del Comité de Normas Internacionales de Contabilidad (Fundación IASC). En el año 2010 la Fundación IASC pasó a denominarse Fundación IFRS”.

los años 2019 y 2020. Dicha evaluación era irrelevante, ya que, para el momento del inicio de la pandemia, no se tenía conocimiento de lo que causaría en las organizaciones, mientras que para los años posteriores ya se puede tener una noción más certera de lo que puede ocurrir en las empresas, por lo que la norma sugiere hacerlo de conocimiento a sus socios si se aplica a la organización (p.25).

Con respecto a la medición de los “Costo de los inventarios para un prestador de servicios”, las NIIF en su sección 13, *Inventarios*, en el párrafo 13.14, estipula el tratamiento para valorar los inventarios de la empresa prestadora de servicios, lo cual sintetiza gran parte de la estructuración de costos para dichas empresas. En este caso la norma menciona que los inventarios, se “...medirán por los costos que suponga su producción. Estos costos se componen fundamentalmente de mano de obra y otros costos del personal directamente involucrado en la prestación del servicio...” incluyendo los costos de personal de supervisión y aquellos costos que sean indirectos y que sean atribuibles al servicio. Mientras que los costos que se susciten y se relacionen directamente con las ventas, y la administración general se excluirán del costo de los inventarios. Los mismos serán contabilizados como gastos incurridos en el periodo. Es importante acotar que la norma menciona que las empresas prestadoras de servicio no deben incluir márgenes de ganancias, así como tampoco ningún otro costo no atribuible al servicio, cosa que según la norma suelen hacer las empresas (p. 86).

Principios Éticos del Turismo

Tal como lo señala Olmo y García (2015), las empresas de la gastronomía, forman parte de la oferta complementaria del sector turístico, motivo por el cual es fundamental resaltar la normativa estipulada por los organismos competentes del sector turístico, iniciando por los Principios Éticos, emitidos por la OMT (2020c), relevantes para desarrollar los servicios turísticos y conexos. Estos principios, en uno de sus artículos destaca la “contribución del turismo al entendimiento y el respeto mutuos entre los pueblos y las sociedades”, en este sentido los servicios turísticos deben desarrollarse propiciando la concordancia entre las características y costumbres

que tengan la región o el país donde se desarrolle, así mismo cumpliendo con las normativas que se tenga. Otro punto a destacar, es la responsabilidad que tienen los organismos públicos en cuanto a la protección del turista, puesto que es su deber ofrecer atención y seguridad a los mismos, en conjunto con los prestadores de servicio; además, teniendo en cuenta la responsabilidad del turista de haberse previamente informado de la situación del lugar de destino, al ser de su entera responsabilidad los riesgos que pueda correr al desplazarse fuera de su entorno cotidiano, y ser lo más cuidadoso posible para minimizar dichos riesgos (Art. 4; pp. 12-13).

En torno al tema de la operatividad estos principios también toman en cuenta lo ambiental; donde mencionan que los entes gubernamentales nacionales, regionales y locales deberían fomentar e incentivar a los prestadores de servicios a evitar en lo posible la producción de desechos y disminuir el agotamiento de los recursos naturales, considerados limitados y de alto valor, como el agua y demás fuentes de energía (Art. 6; p. 14).

Otro principio, vinculado al tema de la investigación, es la importancia de los trabajadores, los cuales deben tener la oportunidad de formación al inicio y durante sus labores, así como la garantía de su bienestar laboral, como médula espinal y contacto directo con el cliente en la prestación del servicio; desde esta óptica, toda empresa prestadora de servicio debe tener personal capacitado y con aptitudes necesarias para brindar una grata experiencia y un servicio satisfactorio para el cliente.

Reglamento General de Alimentos en Venezuela

La finalidad de este reglamento es garantizar que las empresas dedicadas al expendio de alimentos en Venezuela cumplan con las condiciones mínimas necesarias para ofrecer productos aptos para el consumo humano, libres de contaminación y agentes nocivos.

En Venezuela el Ministerio encargado de velar que las empresas cumplan con los requerimientos necesarios en términos de higiene y sanidad, corresponde al

Ministerio de Sanidad y Asistencia Social, a través del Servicio Autónomo de Contraloría Sanitaria (SACS), ente encargado del cumplimiento de las directrices y normativa sanitarias expuestas en Gaceta Oficial de la República de Venezuela N° 35.921, de fecha 15 de marzo de 1996. Específicamente, el SACS tiene la potestad de verificar que las empresas pongan en práctica los lineamientos en cuanto a higiene y salubridad de los alimentos; algunas de ellas son la tramitación del permiso sanitario, ante el SACS, para desarrollar la actividad económica, para ello el comercio debe cumplir con las características normadas en cuanto a "...la producción, fabricación, almacenamiento, transporte, distribución, expendio, importación y exportación de los mismos...". Así mismo, quien manipula los alimentos debe cumplir con una serie de características sanitarias que garanticen que la manipulación sea la adecuada, para ello dichas personas también deben contar con la permisología requerida para tal fin. Todo ello se hace con la finalidad de certificar la inocuidad e higiene del producto elaborado, y proporcionar alimentos libres de agentes externos que puedan ocasionar enfermedades al consumidor final (pp. 1- 5).

En su Art. 44, el SACS estipula ciertas medidas higiénicas que deben ser tomas en consideración al manipular alimentos. Estas son: tener una adecuada limpieza al momento de comenzar con la manipulación de alimentos, es decir lavado constante de las manos cuando se retire y retorne al área de trabajo, incluso si es necesario se puede aplicar desinfección de requerirse si se presume alguna contaminación; así como mantener limpieza en su aspecto personal, por lo que el tipo de vestimenta usado debe tener un color que se aprecie su pulcritud, y debe evitarse los botones o accesorios que puedan caer dentro de los alimentos; mantener las uñas cortas y sin esmaltado; el calzado usado debe ser cerrado; prohibición de usar joyas, bisutería o cualquier tipo de accesorio mientras se cumplen con el trabajo; también deben usar el cabello recogido, y cubierto por un gorro; cabe destacar que el empleado deberá inhibirse "...de pasarse las manos por la frente u otra parte del cuerpo, ajustarse los lentes, colocar los dedos en oídos, nariz o boca y probar muestras del alimento en la línea de producción, entre otras prácticas antihigiénicas" todo esto con el fin de evitar contaminación de los alimentos por

“...microorganismos, sudor, cabellos, sustancias químicas, cosméticos y otras sustancias extrañas...” (SACS, Artículo 44).

Así mismo, la normativa en su Capítulo V expone los requerimientos necesarios que garantizan la salubridad de los alimentos. Dentro de los puntos más importantes destacan, la recepción de insumos en condiciones adecuadas que eviten alteraciones, daños y contaminación; la verificación de los insumos en cuanto a su calidad para su consumo; la limpieza y descontaminación necesaria de las materias primas; mantenimiento de la cadena de frío, “...bajo condiciones de temperatura y tiempo ...que eviten el desarrollo de microorganismos, y ...ser manipuladas de manera que se minimice la contaminación proveniente de otras fuentes...”.

En cuanto a los envases o recipientes utilizados para la manipulación de los alimentos, en su producción o venta, el mismo Capítulo V de la normativa, señala que los mismos deben ser apropiados para cada tipo de alimento, y no deben ser utilizados para un fin distinto que pueda generar contaminación al alimento. Sobre la preservación de los alimentos, los mismos “... deben mantenerse en condiciones que eviten la proliferación o desarrollo de microorganismos”, y considerar la mejor opción para su preservación, dichas opciones son: Que los alimentos se mantengan a temperaturas de refrigeración no mayores a 7 °C (45 °F), o en su defecto mantenerlos congelados; si se requiere de calor se debe mantener a temperaturas mayores a 60 °C (140°C), así mismo es necesario el “...Tratamiento con calor para destruir los microorganismos mesófilos de los alimentos ácidos o acidificados, cuando estos van a ser conservados en recipientes sellados herméticamente y almacenados a temperatura ambiente.”

Otro artículo a considerar es el N° 81, el mismo confirma la responsabilidad que tiene la empresa de hacer lo necesario para garantizar la calidad de su producto, evitando así cualquier contaminación o daño. Ya que el mismo debe llegar al consumidor final en las condiciones aptas para su consumo.

Ley de Costos y Precios Justos

Aunado a toda la normativa señalada, en Venezuela desde el año 2011 existe la Ley de Costos y Precios Justos, cuyo punto principal es la aplicación de controles en las ganancias y en la determinación de precios justos de los diversos bienes y/o servicios fabricados y vendidos en todo el territorio nacional. Posteriormente, en el año 2014, esta ley fue derogada, y bajo decreto de Ley Habilitante se publica la nueva Ley Orgánica de Precios Justos, según Gaceta Oficial Nro. 40.340 con fecha de 23 de enero de 2014.

Para esta misma fecha, se anunció la sustitución del organismo Superintendencia Nacional de Costos y Precios -SUNDECOP- por la Superintendencia Nacional para la Defensa de los Derechos Socio Económicos -SUNDDE-, con amplias facultades para la supervisión y el control de los procesos de producción, distribución y comercialización de aquellos bienes y servicios declarados como priorizados en el país. Haciendo uso de sus facultades la SUNDDE instaura en su estructura de trabajo la Intendencia de Costos, Ganancias y Precios Justos, así como la Intendencia de Protección de los Derechos Socioeconómicos. Estas Intendencias tienen la potestad de ser quienes por medio de estudios, análisis y controles hagan seguimiento a las estructuras de costos de las empresas, de todas las ramas y sectores económicos; así mismo son los encargados de determinar los precios justos y el margen máximo de ganancias para los diferentes eslabones de la cadena de producción e importación, incluyendo la cadena de distribución y consumo de los sujetos de aplicación en el país. En este caso, la SUNDDE acota que dicho margen de ganancias de cada actor de la cadena de comercialización en ningún caso podrá exceder el 30% de su estructura de costos del bien o servicio (LOPJ; 2014).

Para poder cumplir con la Ley de Precios Costos y Precios Justos la SUNDDE publica en la Gaceta Oficial N° 40.351 del 07 de febrero de 2014, la ***Providencia Administrativa N°003/2014***, con la finalidad de establecer los criterios contables generales que debe ser utilizados por los sujetos de aplicación para poder adecuar su estructura de costos y así poder determinar sus precios justos. Además, la Superintendencia indica aquellos costos que no deben ser incluidos y los costos que

son permitidos en la estructura de costos, ya que solo podrán ser imputados el valor de los elementos del costo necesarios, directos o indirectos que forman parte de la producción o de la prestación del servicio. En este caso, la providencia mencionada, hace una discriminación en cuanto a los costos de producción y los gastos ajenos a la producción, e indica que los mismos no pueden ser mayores al 12.5% de sus costos de producción (Providencia Administrativa N°003/2014). Lo anterior es importante en materia de estructura de costos.

Para poder determinar la ganancia de los actores económicos que están en obligación de acatar las disposiciones de la LOPJ, la SUNDDE publica la **Providencia Administrativa No. 070/2015** de fecha 27 de octubre de 2015, con la finalidad de regular las “...modalidades para la Determinación, Fijación y Marcaje de Precios en todo el Territorio Nacional...” y se estipulan los márgenes permitidos para cada actor. En este sentido, el margen de ganancia máximo permitido para importadores es del 20%, mientras que para los productores y prestadores de servicios nacionales es del 30%. Así mismo se tiene que el Margen Máximo de Intermediación (MMI), independientemente de la cantidad de intermediarios que intervengan en la cadena de distribución y de comercialización, no podrá ser mayor al 60%; por ello, este organismo acota que “la incidencia en el margen máximo de intermediación, márgenes máximos de ganancia del distribuidor y el comercializador al detal, deben ajustarse a los usos en la comercialización del bien o servicio del cual se trate”, y que en ningún caso el margen máximo de la intermediación del distribuidor por cada producto, podrá ser mayor al margen máximo de la intermediación de un comercializador al detal (Providencia Administrativa 070/2015).

Para finales del año 2015 la **Ley Orgánica de Precios Justos (2015)** es modificada en la Gaceta Oficial Extraordinaria N° 6.202 de fecha 8 de noviembre de 2015 y publicada en el Decreto N° 2.092 de la Presidencia de la República, mediante el cual se dicta el Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica de Precios Justos. En esta modificación se hace más explícito y detallado los objetivos de la LOPJ y su modo de aplicación, cuyo su fin primario es contribuir al desarrollo de manera armónica, justa y equitativa de la economía, a través de la determinación de

los precios justos de aquellos bienes y servicios determinados como prioritarios, “...como mecanismo de protección del salario y demás ingresos de las personas...” (LOPJ; 2015).

Posteriormente, esta Ley de Precios Justos (2015) sufrió su última modificación en el año 2017 recibiendo el nombre de **Ley de precios acordados; dicha** Ley fue promulgada en la Gaceta Oficial Extraordinaria N° 6.342, fecha 22 de noviembre de 2017. Dicha Ley tiene como propósito establecer las bases necesarias para desarrollar el programa de precios acordados con la mediación entre los sectores públicos y privados, con el objetivo de incentivar la producción y comercialización de aquellos bienes y servicios declarados prioritarios por el gobierno. Para ello se seguirá tomando en cuenta la estructura de costos, para poder garantizar el abastecimiento de los productos y servicios priorizados (LOPJ; 2015, Art. 2; p. 2).

Dicha ley destaca que se “...estimulará y reconocerá en el precio acordado en aquel bien o servicio que tenga mayor componente nacional respecto a los insumos o bienes importados...” donde dicho precio acordado será de obligatorio cumplimiento tanto para contribuyentes jurídicos como naturales. También acotan que dependiendo del comportamiento que tenga la economía, dichos precios serán revisados y ajustados en el tiempo conveniente (Artículo 7; p. 12).

Esta Ley en cuanto al margen de ganancia mantiene lo estipulado en la anterior Ley, recalcando que el mismo será el resultado de un estudio sectorial, donde su aplicación tendrá la diferenciación según “...naturaleza, estacionalidad, productividad, envergadura de los actores, región o localidad, así como la oportunidad de la producción y la distribución...”. (Artículo 8; p. 13).

En materia de estructura de costos, es importante señalar que la Ley de precios acordados establece un apartado, en su Artículo 9, de lineamientos para efectuar el análisis de los costos de los bienes y servicios declarados como priorizados por el Ejecutivo Nacional de la República Bolivariana de Venezuela; específicamente, en su numeral N° 1 ordena que: “Los sectores privado, público, comunal, y de las trabajadoras y trabajadores del área de la producción, distribución y comercialización, presentarán sus estructuras de costos, ... para ser analizadas en las negociaciones de

Precios Acordados...”, ...”, y en su numeral N° 2 establece que los costos de reposición de los inventarios y su valorización deberán ser realizados a los costos promedios ponderados o, al método P.E.P.S. Primero en Entrar, Primero en Salir (P.E.P.S.).

Dentro de la normativa más específica, el artículo 2 de la Providencia Administrativa N° 003/2014 señala que, la estructura de costos del bien o servicio deberá estar compuesta por todos los costos de producción y los gastos ajenos a la producción (gastos del período), una estructura que coincide con lo señalado por las bases teóricas de la contabilidad de costos convencional y las Normas de Información Financiera de Venezuela (VEN- NIF) para grandes (GE) y las Pymes (ver Gráfico 2); con la diferencia que limitan los gastos ajenos a la producción hasta el 12,5% de los costos de producción, y la exclusión de ciertos conceptos del costo de producción. Los costos de producción incluyen los costos de adquisición de materiales y materias primas y los costos de conversión o transformación (costos de mano de obra directa y costos indirectos de fabricación fijos, variables y mixtos); y los ajenos a la producción incluyen los gastos de administración, de representación, publicidad y venta, entre otros.

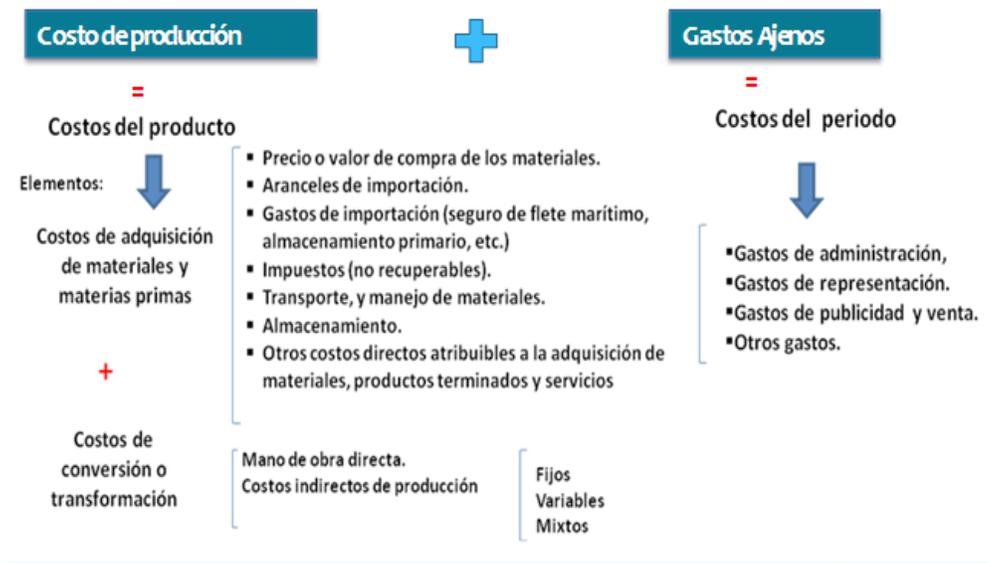


Gráfico 2. Estructura de costos venezolana en el marco de la LOPJ. Tomado de Morillo 2018, (p. 266).

Normativa y directrices internacionales ante la pandemia Covid-19

Directrices globales para reactivación del turismo de la OMT. Desde el inicio de la pandemia Covid-19, suscitada a nivel mundial a finales del año 2019, se hizo necesaria la reactivación de las actividades económicas y sociales a nivel mundial. En este marco el turismo no fue la excepción (OMT, 2020), por ello el inicio de sus actividades estuvo sujeto a lo estipulado por los organismos competentes, debido que se debían acatar todas las medidas necesarias para poder reanudar la prestación de los servicios sin incrementar la cadena de contagios del virus Covid-19, como parte de un programa para la reactivación (OMT, 2020d). Al respecto, las directrices emitidas por la OMT (2020b), en colaboración con varios organismos como la Organización Mundial de la Salud (OMS), enfatizan en las medidas preventivas y de higienización para prestar el servicio; de esta manera la empresa puede minimizar el riesgo de contraer el virus, en usuarios y empleados. Las directrices también resaltan la capacitación del personal en los protocolos de seguridad sanitaria, para que éste

pueda informar a los usuarios sobre el cumplimiento de las normas de bioseguridad dentro de los establecimientos, a fin que se evite en lo posible la dispersión de la enfermedad; de esta manera se cumple lo establecido en las directrices y la “... comunicación clara sobre los protocolos y normativas vigentes en todos los puntos de contacto con el cliente” (OMT, 2020b, p.7). Igualmente, se destaca el monitoreo constante de las medidas de higiene y seguridad implementadas para constatar o corregir su adecuado uso, y contribuir también con la minimización del contagio. En caso de detectarse contagios dentro del establecimiento, la OMT (2020b) recomienda tener previsto un plan de acción adecuado para tratar a sus empleados.

En términos generales la intención de estas directrices es poder brindar las medidas necesarias de protección, y de cómo evitar el contagio y su propagación, dado que además de los protocolos de higienización, la organización sugiere la implementación de tecnologías y nuevos métodos de atención al cliente, minimizando su contacto físico con el mismo realizando una transformación digital en muchos procesos (reserva, facturación y pago del servicio sin contacto, e incluso durante la entrega de los alimentos) sin descuidar la calidad del servicio; es decir, sin que los protocolos de salubridad interfieran en ello. A manera de resumen algunas de las directrices emitidas por las OMT (2020b, p.12), de aplicación al sector gastronómico fueron:

- Implementar protocolos de salud, seguridad e higiene globales y armonizados.
- Formar al personal en los protocolos de seguridad y en la prestación de servicios seguros.
- Comunicar los protocolos y responsabilidades a los clientes y mantenerlos informados *in situ* y a través de los medios digitales y sociales.
- Limpiar todas las superficies con mayor frecuencia, utilizando productos y desinfectantes que cumplan los requisitos y prestando especial atención a las superficies expuestas a mayor contacto.
- Establecer un plan por si un empleado enferma.

- Proteger a los empleados con varios enfoques, incluidas barreras, cubiertas protectoras y distanciamiento.
- Crear un comité interno de coordinación para el Covid-19 que haga el seguimiento de la implementación y ejecución de los protocolos y la prestación de los servicios.
- Rediseñar los procesos en todos los posibles puntos de contacto con el cliente para que las operaciones puedan realizarse sin tocar superficies.
- Promover el diálogo social y trabajar para garantizar la salud y el bienestar de los trabajadores y la seguridad del entorno de trabajo (apoyar a los empleados para que estén pendientes de su salud y adaptar las políticas de recursos humanos).
- Considerar la posibilidad de ofrecer mascarillas a los clientes y el personal, y velar por su adecuado uso dentro del establecimiento.
- Limitar el movimiento de clientes y personal dentro del establecimiento.
- Simplificar los procedimientos a fin de reducir el movimiento de personas.
- Facilitar que no sea necesario que los clientes se sienten uno junto a otro, es decir, mantener el distanciamiento físico en todos los espacios del establecimiento. Esto es a través de la reducción y gestión de la capacidad del local para permitir un distanciamiento físico apropiado y supervisar la capacidad de la entrada al recinto en todo momento. También a través de la colocación de señales o marcas en el suelo para definir guías/espacios de distanciamiento físico.
- Reducir el número de objetos a disposición de los clientes, (material impreso o utensilios) y favorecer el uso de material descartable o desechable.
- Añadir nuevos servicios tales como el envío de comida a domicilio o el servicio de comida para llevar, o de comida envasada para llevar.

Regresar al trabajo de forma segura. Guía para los empleadores sobre la prevención de la COVID-19. La Organización Internacional del Trabajo (OIT), en el año 2020, también emitió una guía que tiene por finalidad indicar las medidas necesarias para el inicio de operaciones en las empresas, dicha guía propone una serie de acciones a realizar por parte de los empleadores y sus trabajadores para garantizar un seguro regresar al trabajo luego de la cuarentena sugerida por la OMS. El documento muestra las acciones para poder acondicionar los espacios, cumpliendo con la distancia entre personas recomendada; también señala la necesidad de proporcionar los insumos a ser usados por sus empleados, de facilitarles los lineamientos a seguir por los trabajadores para evitar en lo posible el contagio. Así mismo, muestra las acciones que debe tener cada empleado desde el momento que sale de su hogar hasta el lugar de trabajo y durante el retorno al hogar, como debe ser el ingreso al mismo, y los cuidados que debe tener (OIT, 2020).

A su vez esta guía insta a los empleadores a promover el teletrabajo, o trabajo desde casa en aquellas actividades que lo permitan, ya que esto ayuda a minimizar la circulación de personas en los puestos de trabajo; así mismo, insta a evitar los viajes y las reuniones que no sean de vital importancia, y de requerirse debe usarse la tecnología, u otros medios para evitar la aglomeración de personas, limitando la cantidad de persona en las reuniones (OIT, 2020).

Un punto fundamental de esta guía son las sugerencias para tratar con proveedores y clientes; en el punto N° 6, menciona lo importante de establecer la forma de recepción de los insumos o mercancía, además de verificar el cumplimiento de los protocolos de bioseguridad para carga y descarga de mercancía, y así minimizar los riesgos por contagio al disminuir el contacto entre proveedores y los trabajadores de la empresa. En cuanto a los clientes, la OTI (2020) menciona que reanudar operaciones comerciales para prestar servicios al público, puede ser complejo; es por ello que las empresas deben considerar los siguientes lineamientos:

- Comprobar con frecuencia que se cumplen las recomendaciones establecidas por la empresa.

- Tener en lugares visibles carteles donde se reservan el derecho de admisión, si notan que un cliente presenta sintomatología, así mismo colocar rótulos que muestren las medidas de precaución y hábitos de higiene a tomar en consideración tanto por el personal como los clientes.
- Respetar el aforo de personas permitidos por el tipo de comercio, para ello se debe gestionar el ingreso de personas al local, ya que dependerá del espacio y el máximo de personas que pueda contener el local.
- Mantener a disposición de los clientes productos de desinfección, el cual debe ser utilizado al entrar y salir del local.
- Si el tipo de comercio lo permite trabajar bajo la modalidad de previa cita (OIT, 2020).

Prevención y mitigación de COVID-19 en el trabajo para las Pymes. Esta es otra guía emitida por la OIT (2020a), la cual estipula igualmente directrices que deben considerar las Pymes para ayudar a prevenir y mitigar el contagio por Covid-19, que además proporciona una “lista de comprobación” que permite determinar si cuentan con las condiciones necesarias. Dicha lista no es exhaustiva, por lo que se puede complementar con aquellas que estime la empresa sean útiles para ayudar a evitar el Covid-19. La mencionada lista es contentiva solo de los puntos de control que la OIT estimó esenciales, estos son: Recopilar y compartir información actualizada; desarrollar un plan de preparación de la empresa; realizar una evaluación de riesgos; organizar el trabajo; proteger y apoyar a los trabajadores. Cada punto establece acciones que le ayuda a la empresa a tener un control sobre toda la empresa y poder tomar acciones en caso de que no esté cumpliendo la lista implementada. A partir de las sugerencias de bioseguridad emitidos por la OIT y la OMS es como los Gobiernos pudieron determinar las acciones a llevar a cabo para frenar la virosis (OIT, 2020a).

En resumen, las diferentes organizaciones abocadas a contener la pandemia concuerdan que las medidas básicas que debe tener cada persona ya sea dentro de su

lugar de trabajo o en su hogar las contiene la guía emitida por OIT (2020a) (ver Tabla 6).

Tabla 6 Prevención y mitigación de COVID-19

**LAS MEDIDAS DE PREVENCIÓN MÁS EFECTIVAS EN LA
COMUNIDAD/LUGAR DE TRABAJO INCLUYEN:**

- Realizar higiene de manos frecuentemente con agua y jabón;
- Mejorar la limpieza y desinfección de objetos y superficies que se tocan regularmente, incluidas todas las habitaciones, pisos, inodoros / baños y vestuarios compartidos;
- evitar tocarse los ojos, la nariz y la boca;
- practicar la higiene respiratoria al toser o estornudar en un codo o pañuelo doblado y luego desechar el pañuelo inmediatamente;
- usar una máscara médica si tiene síntomas respiratorios y realizar higiene de manos después de deshacerse de la máscara;
- mantener la distancia física (un mínimo de 2 m.) De los demás.

Nota. Tomado de la Lista de comprobación y manual de comprobación de la OIT 2020a, (p. 40).

A nivel nacional además de acatar la normativa antes mencionada se debe tener en cuenta la normativa emanada por los organismos nacionales, donde la misma se relaciona con la investigación, bien sea de manera directa e indirectamente, ya que

las empresas en el país no pueden estar al margen de la ley, puesto que se correría el riesgo de ser sancionado, o incluso que la empresa sea cerrada.

Normativa y directrices nacionales ante la pandemia Covid-19

Decreto de Estado de Alarma en Venezuela. El Ejecutivo nacional decreto Estado de Alarma para todo el país 13 de marzo de 2020 por medio del Decreto N° 4.160, en Gaceta Oficial Extraordinario N° 6.519 (GOE) decreta el Estado de Alarma en toda Venezuela, esto con el fin de implementar medidas urgentes, que mitiguen los riesgos relacionados con el Covid-19. Dicho decreto afectó de manera directa al sector gastronómico, ya que el mismo en su Art. N° 12, suspende todo tipo de evento que suponga aglomeración de personas, entre los cuales se encuentran “...los cafés, restaurantes, tascas, bares, tabernas, heladerías... salones de fiesta, salones de banquetes... con aforo público de cualquier tipo...”. Así mismo en su Art. N° 13, indica que los establecimientos que se dedican al expendio de alimentos y bebidas, podrán abrir sus puertas prestando servicio a domicilio, o pedidos para llevar. Prohibiendo de esta manera la prestación del servicio dentro del establecimiento, por lo que este tipo de empresas deben estar cerradas. Es importante destacar que la vigencia de dicho decreto se estipuló por 30 días prorrogables por el mismo tiempo, “...hasta tanto se estime adecuadamente el estado de contención de la enfermedad epidémica coronavirus (Covid-19) o sus posibles cepas, y controlados sus factores de contagio” (Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela, 2020a).

El Ejecutivo Nacional a través del Ministerio del Poder Popular para la Salud, en aras de garantizar la salud pública, y como complemento del decreto de Estado de Alarma emitió la ***Normativa sanitaria de responsabilidad social ante la pandemia. Resolución N° 090***, de fecha 01 de junio de 2020, dicha normativa tiene como objetivo sentar las bases legales de cumplimiento donde se pueda “...establecer un hábito social común a todos los ciudadanos y ciudadanas, se establece como regulación sanitaria de inexorable cumplimiento...”, la misma al igual que el Estado

de Alerta, buscan evitar en su mayor posibilidad el contagio del virus, por lo que hace de obligatoriedad cumplir con las medias de bioseguridad contentivas en esta norma (uso de mascarilla, lavado constante de manos, desinfección de espacios físicos de contacto, delimitación de la distancia entre personas). Algunos puntos importantes a destacar en esta resolución, es que se estipula que aquellas empresas que sean autorizadas para continuar con sus operaciones en las diferentes fases decretadas por el Ejecutivo Nacional, deben cumplir con las medidas necesarias para poder realizar sus operaciones. Tales como: Realizar limpiezas, con solución de hipoclorito al 0,1%, solución de alcohol al 70%, o con agua y jabón, por lo menos 2 veces por cada jornada laboral; las personas que laboren en la empresa deben evitar compartir utensilios, de uso personal o para ingerir alimentos; los trabajadores que manipulen los medios de pago (billetes, tarjetas) o documentos del cliente, deben hacer uso de alcohol al 70% o geles después de atender a cada cliente, o en su defecto alentar al uso de pagos por medios de transferencias o pagos electrónicos; “...dotar con insumos de higiene: como jabón líquido, toallas desechables, desinfectantes, gel alcoholado y/o alcohol líquido... además de velar por la disponibilidad de mascarillas para los trabajadores ...”; disponer en la entrada de una persona que tome la temperatura, y se cercioré de que el cliente hace uso de los productos de desinfección antes de entrar al comercio; así mismo, “...los establecimientos comerciales no podrán tener una densidad de ocupación de sus espacios de más de 1 persona por cada dos metros cuadrados ...” por lo que la empresa deberá determinar el máximo de personas que puede ingresar al establecimiento (Resolución N° 090).

Sistema de variables

Con la finalidad de identificar y operacionalizar las variables de investigación contenidas en los objetivos trazados y abordadas desde lo teórico y legal, a continuación de se presenta el sistema de variables diseñado en esta investigación.

Objetivos específicos	VARIABLES principales	VARIABLES secundarias	Indicador	Técnica /Instrumento de recolección de datos
1. Caracterizar a los restaurantes de comida rápida, ubicados en el casco central del municipio Libertador del estado Mérida, Venezuela.	Características de los restaurantes de comida rápida	Especialidad	Tipo de comida servida	Encuesta /Cuestionario dirigido a empresarios
		Dimensión	Cantidad de empleados	Encuesta /Cuestionario dirigido a empresarios
		Localización	Dirección de ubicación	Encuesta /Cuestionario dirigido a empresarios
		Antigüedad	Fecha de constitución y/o inicio de operaciones.	Encuesta /Cuestionario dirigido a empresarios
		Propiedad o constitución	Tipo de propiedad (familiar, jurídica, unipersonal)	Encuesta /Cuestionario dirigido a empresarios
2. Describir el efecto de la pandemia por Covid -19 en las operaciones de los restaurantes de comida rápida ubicados en el casco central del municipio Libertador del estado Mérida, Venezuela, en el marco de la calidad del servicio.	Operaciones de los restaurantes de comida rápida, antes y durante la pandemia	Recepción y desembarque de materiales y suministros.	Uso de herramientas y demás utensilios. Procedimiento. Personal involucrado. Cantidad de operaciones	Encuesta /Cuestionario dirigido a empresarios
		Almacenamiento de materiales y suministros	Uso de herramientas y demás utensilios. Procedimiento. Personal involucrado Cantidad de operaciones	Encuesta /Cuestionario dirigido a empresarios

Objetivos específicos	VARIABLES principales	VARIABLES secundarias	Indicador	Técnica /Instrumento de recolección de datos
2. Describir el efecto de la pandemia por Covid -19 en las operaciones de los restaurantes de comida rápida ubicados en el casco central del municipio Libertador del estado Mérida, Venezuela, en el marco de la calidad del servicio.	Operaciones de los restaurantes de comida rápida, antes y durante la pandemia	Preparación de alimentos	Uso de herramientas y demás utensilios. Procedimiento. Personal involucrado Cantidad de operaciones	Encuesta /Cuestionario dirigido a empresarios
		Almacenamiento de alimentos.	Uso de herramientas y demás utensilios. Procedimiento. Personal involucrado Cantidad de operaciones	Encuesta /Cuestionario dirigido a empresarios
		Recepción del cliente.	Uso de herramientas y demás utensilios. Procedimiento. Personal involucrado Cantidad de clientes atendidos	Encuesta /Cuestionario dirigido a empresarios
		Recepción de órdenes o pedidos del cliente.	Uso de herramientas y demás utensilios. Procedimiento. Personal involucrado Cantidad de clientes atendidos	Encuesta /Cuestionario dirigido a empresarios

Objetivos específicos	Variables principales	Variables secundarias	Indicador	Técnica /Instrumento de recolección de datos
<p>2. Describir el efecto de la pandemia por Covid -19 en las operaciones de los restaurantes de comida rápida ubicados en el casco central del municipio Libertador del estado Mérida, Venezuela, en el marco de la calidad del servicio.</p>	<p>Operaciones de los restaurantes de comida rápida, antes y durante la pandemia</p>	<p>Cobro de pedido.</p>	<p>Uso de herramientas y demás utensilios.</p> <p>Procedimiento.</p> <p>Personal involucrado</p> <p>Cantidad de clientes atendidos</p>	<p>Encuesta /Cuestionario dirigido a empresarios</p>
		<p>Consumo</p>	<p>Uso de herramientas y demás utensilios.</p> <p>Procedimiento.</p> <p>Personal involucrado</p> <p>Cantidad de clientes atendidos</p>	<p>Encuesta /Cuestionario dirigido a empresarios</p>
		<p>Despedida del cliente, y actividades posteriores</p>	<p>Uso de herramientas y demás utensilios.</p> <p>Procedimiento.</p> <p>Personal involucrado</p> <p>Cantidad de clientes atendidos</p>	<p>Encuesta /Cuestionario dirigido a empresarios</p>
		<p>Actividades especiales, por reservaciones. Celebraciones y eventos</p>	<p>Cantidad de eventos</p> <p>Cantidad de clientes atendidos</p> <p>Uso de herramientas y demás utensilios.</p> <p>Procedimiento.</p> <p>Personal involucrado</p>	<p>Encuesta /Cuestionario dirigido a empresarios</p>

Objetivos específicos	Variables principales	Variables secundarias	Indicador	Técnica /Instrumento de recolección de datos
3. Determinar la estructura de costos y el efecto de la pandemia por Covid -19 sobre dicha estructura, en los restaurantes de comida rápida, ubicados en el casco central del municipio Libertador del estado Mérida, Venezuela.	Estructura de costos de los restaurantes de comida rápida, antes y durante la pandemia.	Costo neto de alimentos y bebidas	Concepto. Impulsor. Nivel o cuantía.	Encuesta /Cuestionario dirigido a empresarios
		Costo de mano de obra y gastos generales	Concepto. Impulsor. Nivel o cuantía.	Encuesta /Cuestionario dirigido a empresarios
		Costo de mano de obra y gastos generales	Concepto. Impulsor. Nivel o cuantía.	Encuesta /Cuestionario dirigido a empresarios
		Gastos operativos	Concepto. Impulsor. Nivel o cuantía.	Encuesta /Cuestionario dirigido a empresarios
4. Estructurar los costos incurridos, en la categorización de los costos de calidad de los servicios, a los fines de la determinación del efecto de la pandemia por Covid -19 sobre dicha estructura en los restaurantes de comida rápida, ubicados en el casco central del municipio Libertador del estado Mérida, Venezuela.	Estructura de costos de calidad de los restaurantes de comida rápida, antes y durante la pandemia.	Costos de previsión	Concepto. Impulsor. Nivel o cuantía.	Encuesta /Cuestionario dirigido a empresarios
		Costos de evaluación	Concepto. Impulsor. Nivel o cuantía.	Encuesta /Cuestionario dirigido a empresarios
		Costos de fallas internas	Concepto. Impulsor. Nivel o cuantía.	Encuesta /Cuestionario dirigido a empresarios
		Costos de fallas externas	Concepto. Impulsor. Nivel o cuantía.	Encuesta /Cuestionario dirigido a empresarios

Objetivos específicos	Variables principales	Variables secundarias	Indicador	Técnica /Instrumento de recolección de datos
5. Sugerir algunas acciones en marco de la administración de costos de calidad, adecuadas para los restaurantes de comida rápida, ubicados en el casco central del municipio Libertador del estado Mérida, Venezuela, bajo la premisa simultánea de reducción de costos y maximización de la calidad del servicio.	Estrategias y acciones de administración de costos de calidad	Estrategias y acciones de eliminación	Eliminaciones de actividades en mercadeo, finanzas, abastecimiento, recursos humanos y operaciones	Encuesta /Cuestionario dirigido a empresarios
		Estrategias y acciones de reducción	Reducción de actividades en mercadeo, finanzas, abastecimiento, recursos humanos y operaciones	Encuesta /Cuestionario dirigido a empresarios
		Estrategias y acciones de aumento	Aumento de actividades en mercadeo, finanzas, abastecimiento, recursos humanos y operaciones	Encuesta /Cuestionario dirigido a empresarios
		Estrategias y acciones de creación	Creación o desarrollo de actividades en mercadeo, finanzas, abastecimiento, recursos humanos y operaciones	Encuesta /Cuestionario dirigido a empresarios

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

La presente investigación se efectúa bajo el método científico, dado que, durante sus diferentes fases, se han obtenido resultados mediante el uso de procedimientos sistemáticos, utilizando la introversión, la circunspección y la inquisición; gracias a ello, se respondieron las incógnitas generadas en el planteamiento del problema. Todo según lo expuesto por Méndez (2004), quien indica que el método científico se basa en la organización de procedimientos lógicos de investigación, basados en la observación, la descripción, el análisis y la síntesis se logra explicar la realidad en estudio.

Enfoque y diseño de la investigación

El enfoque investigativo utilizado en el presente trabajo de grado, fue cuantitativo y cualitativo, lo cual se ubica dentro de un enfoque mixto. Se considera que el enfoque es cuantitativo dado que el problema en estudio fue delimitado a un área geográfica en particular, haciendo un conteo y ubicación preciso de determinada cantidad de establecimientos a ser visitados en el proceso de recolección de datos; adicionalmente, los datos fueron procesados mediante métodos estadísticos descriptivos (Hernández, Fernández y Batista, 2014). Simultáneamente, el enfoque fue cualitativo, dado que la investigación se fundamentó en el estudio descriptivo e interpretativo del fenómeno en estudio. Según Muñoz (2011, p. 22), este enfoque en la investigación se fundamenta en los "...estudios descriptivos, interpretativos e inductivos (que van de lo particular a lo general)... con el propósito de explorar,

entender, interpretar y describir el comportamiento de la realidad en estudio...” no siendo necesario que sea comprobada, ya que el tipo de exploración se lleva a cabo con la obtención de “...datos sin medición numérica, lo cual permite que emerjan puntos de vista, emociones, experiencias y otros aspectos no cuantificables...”, con la intención de entender realidades a través de los aportes subjetivos, o de llegar a interpretaciones personales de dicha realidad. Esto es de relevancia ya que el objetivo del trabajo de investigación fue llegar a descubrir el impacto que generó la pandemia Covid-19, en la operatividad de las empresas objeto de estudio, incluidos sus costos de calidad. También, se considera que la presente investigación siguió un enfoque cualitativo dado que se abocó a interpretar el desarrollo natural de los sucesos sin manipulación o estimulación de la realidad, sin comprobar hipótesis, a partir de una recolección de datos no muy estandarizada sino basada en observación directa y entrevista semi estructuradas, tal como lo referencia Hernández, et al. (2014).

Esta investigación por su alcance siguió un diseño no experimental seccional, también llamada transversal, debido a que la toma de datos se realizó en un tiempo determinado, con el propósito de analizar los cambios producidos en un lapso de tiempo, y así poder establecer el efecto que ocasionó la pandemia Covid-19 durante su inicio y en sus meses posteriores. Al respecto Huairé (2019), define este tipo de alcance como aquel que permite hacer la recolección de datos en un tiempo único, es decir, tomar la recolección de datos en un solo momento. Ya que su finalidad es poder describir las variables, analizando su incidencia y la interrelación en un momento dado.

Igualmente, esta investigación, también fue de campo, no experimental, ya que se recolectaron datos sobre el fenómeno en estudio, en el ambiente natural de los sujetos de estudio donde se delimitó la investigación, es decir, en los establecimientos de comida rápida ubicados en el casco central de la ciudad de Mérida. Adicionalmente, no se manipularon las variables en estudio; por el contrario, la recolección de información se realizó con la intención de analizar el fenómeno en su

ambiente natural, a través de la información recabada en las entrevistas, y poder describir los efectos causados por la pandemia por Covid-19 en los sujetos de estudio.

En cuanto al alcance o profundidad, la presente investigación fue de tipo descriptiva y analítica, ya que se pretendió deducir algunas estrategias y acciones de administración de costos de calidad en los sujetos de estudio, a partir de un fenómeno en particular, es decir, a partir del detalle del impacto que produjo, o efecto que causó, el Covid-19 en los costos de calidad asociados al servicio de comida rápida prestados en el casco central, de ciudad de Mérida. Lo anterior, está en concordancia con Muñoz (2011, p. 23), quién menciona que las investigaciones de tipo descriptivo son aquellas investigaciones cuyo objetivo es mostrar “...algún hecho, acontecimiento o fenómeno por medio del lenguaje, gráficas o imágenes de tal manera que se pueda tener una idea cabal del fenómeno en particular, incluyendo sus características, sus elementos o propiedades, comportamientos y particularidades...”. Por otra parte, Méndez (2004), aclara que la investigación descriptiva busca identificar las características y formas de conducta, del fenómeno investigado, y de acuerdo a los objetivos planteados se pretende encontrar la asociación entre las variables en estudio. Bernal (2010), acota que, una de las funciones principales de este tipo de investigación es la capacidad para identificar las características fundamentales del objeto en estudio y poder hacer una descripción detallada de dicho objeto.

También, en la fases de inicio del proceso de investigación, el presente estudio fue de naturaleza documental, dado que se consultaron fuentes secundarias, bibliográficas (impresas, manuscritos) y digitales (en línea), mediante una revisión minuciosa de investigaciones realizadas y publicadas por otros autores. De esta manera, se fundamentaron los antecedentes, las bases teóricas y legales de la investigación. De acuerdo con Arias (2012, p. 27), las investigaciones documentales son basadas “...en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores...” ya sea de manera impresa, o por medio de audiovisuales o de manera digital, con el

propósito de aportar a la búsqueda de nuevos conocimientos. Por esta razón el punto de partida de la investigación, ocurrió mediante la revisión detallada y exhaustiva de las bibliografías relacionadas directa o indirectamente con la presente investigación, así como de los marcos legales vigentes vinculados.

Población y marco muestral

Según Arias (2012, p. 81), la “...población objetivo, es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Este conjunto de elementos queda delimitado por el problema y por los objetivos del estudio...”. Este mismo autor explica que, una población finita es donde se conoce la cantidad de elementos que la componen, acompañado de un registro documental que lo fundamente. De acuerdo a lo anterior, considerando que la unidad de análisis son los establecimientos de comida rápida, para la presente investigación la población objetivo estuvo conformada por los establecimientos o restaurantes de comida rápida ubicados en el Casco Central de la Ciudad de Mérida, estado Mérida, Venezuela. Tal delimitación obedece a características de la población, o parámetros muestrales trazados por los objetivos de la investigación, además de las razones prácticas siguiendo lo señalado por Hernández, Fernández y Batista (2014).

Una vez identificada la población de la investigación, se seleccionó un subgrupo de dicha población objetivo, es decir, una muestra de establecimientos ubicados en dicha zona, para poder aplicar el instrumento de recolección de datos. Según Arias (2012, p. 83), “...una muestra representativa es aquella que por su tamaño y características similares a las del conjunto, permite hacer inferencias o generalizar los resultados al resto de la población con un margen de error conocido...”, para seleccionar la muestra representativa de la investigación se utilizó la técnica denominada muestreo.

Sobre el muestreo, Arias (2012), y Huairé (2019, pp. 42-43), mencionan que, existen dos tipos de muestreos según sus características: muestreo probabilístico y no probabilístico, donde el primero “es un muestreo en el que se selecciona a cada integrante de la población de modo tal que tenga una probabilidad conocida de ser incluido en la muestra”, y el segundo “es el muestreo en el cual la muestra no tiene una probabilidad establecida de ser seleccionada; ... su inclusión se basa en juicios de la persona que realiza el muestreo”.

Por ser un estudio descriptivo, de enfoque mixto o cuali-cuantitativo, exploratorio y ante la ausencia de un marco muestral oficial actualizado, la selección de los establecimientos de comida rápida o sujetos de estudio (establecimientos o restaurantes de comida rápida ubicados en el Casco Central de la Ciudad de Mérida, estado Mérida, Venezuela) fue realizada a partir de un muestreo no probabilístico o determinístico, basado en un muestreo intencional. Dicho muestreo permite que el investigador según su necesidad decida qué parte de la población es fundamental para tomar la muestra representativa, desconociendo las probabilidades que tienen los componentes de la población de formar parte de la muestra en estudio. Lo anterior se realizó siguiendo a Arias (2012, p. 85), quien señala que, dentro de la clasificación de muestreo no probabilístico, se hace uso del “...muestreo intencional u opinático: en este caso los elementos son escogidos con base en criterios o juicios preestablecidos por el investigador...”. Para esta investigación estos criterios de selección intencional están representados por los criterios o parámetros poblacionales señalados y más convenientes para la investigación (establecimientos o restaurantes de comida rápida ubicados en el Casco Central de la Ciudad de Mérida, y que estuvieran activos antes de la pandemia y al momento de la recogida de datos). De esta manera se optó por un muestreo subjetivo, lo cual requirió que el investigador conociera los elementos muestrales, o tuviera un conocimiento previo de los mismos deducidos del marco muestral, intentando alcanzar la representatividad de la muestra; lo anterior es ajustado a las características de los estudios de enfoque cualitativos y mixtos, según lo expuesto por Namakforoosh (2013).

Sobre el marco muestral, para la selección de la muestra de la investigación en curso, se utilizó la data de la información proporcionada por el ente encargado de regular y planificar la actividad turística del estado Mérida, Corporación Merideña de Turismo -Cormetur-. Debido a la escasa actualización de los elementos del marco muestral, facilitado por la Corporación Merideña de Turismo (Cormetur, 2019), dicho listado tuvo que ser depurado excluyendo, en primer lugar a todos los establecimientos localizados geográficamente fuera del Casco Central de la Ciudad de Mérida; en segundo lugar a los restaurantes no considerados como de comida rápida; y en tercer lugar, a los establecimientos que no estuvieran activos al momento de la recogida de datos, o dedicados a otras actividades.

Es decir, en principio se partió del registro elaborado por Cormetur el cual lista a todos los establecimientos que tienen relación directa o indirecta con el turismo en todo el estado Mérida, de dicha data se tomaron en cuenta los establecimientos ubicados en el municipio libertador, resultando solo 141 establecimientos (Anexo a). De dicha totalidad 106 establecimientos, están en áreas aledañas o fuera del casco central, por lo que solo 35 establecimientos de comida, fueron considerados como elementos muestrales (ver Cuadro 1) por estar ubicados en el Casco Central de la ciudad de Mérida; ello representa una proporción de apenas del 25% los ubicados dentro del casco central de la ciudad (ver Gráfico 3).

Cuadro 1 Establecimientos de comida ubicados en Casco Central de la Ciudad de Mérida, municipio Libertador del estado Mérida

Nº	Denominación social	Dirección	Clasificación
1	Alimentos Rostack c.a.	Av. 5 entre calles 23 y 24.	Comida rápida (pollo a la broaster, papas, hamburguesas, hot dog)
2	Boulevard Café, c.a.	Calle 22 entre av. 3 y 4.	Comida rápida (hamburguesas, hot dog, pizzas)

Nº	Denominación social	Dirección	Clasificación
3	Café Restaurant El Andino c.a	Av. 2 lora, plaza de milla.	Restaurante (menú ejecutivo)
4	Café Restaurant La Botana	Calle 26, ed. Alpe PB.	Comida rápida (Hamburguesas, hot dog, pizzas)
5	Cheo´s Pizzería	Las Heroínas.	Comida rápida (pizzas)
6	Coffia Café	Calle 24, esquina de la Av. 8.	Café (postres)
7	El Toque Restaurant y Arepera	Paseo Las Ferias.	Restaurante (menú, y arepera)
8	Grupo Casmar c.a.	Calle 29, Av. 4 y Don Tulio.	Restaurante
9	Grupo Latinbien, c.a.	Av. 7 entre calles 25 y 26.	Restaurante
10	History Self Service c.a.	Calle 24 entre Av. 2 y 3.	Restaurante (menú ejecutivo)
11	Inversiones Chipen Bar-Restaurant c.a.	Av. 5, entre calles 23 y 24	Restaurante
12	Inversiones Simo Segura c.a	Calle 23 entre av. 7 y 8	Restaurante
13	La Abadía del Ángel, Café Lounge & Restaurante	Av. 5 y 6, calle 21.	Restaurante (comida internacional)
14	Neva 2 cream magnolia jokazta mendez omaña f.p.	Av. 3 entre calle 17 y 18.	Restaurante
15	Orígenes b y b, c.a.	Las heroínas, calle pasaje Ayacucho.	Restaurante
16	Pizzería el Sabor de los Quesos	Av. 2 entre calles 13 y 14 frente a la Plaza Milla	Comida rápida (pizzas)
17	Pizzería O`sole mío	Av. 3 Independencia, entre calles 26 y 27.	Comida rápida (pizzas)
18	Pollos en brasa y Restaurant la Independencia bar	Av. 3 Independencia, entre calle 26 y 27.	Restaurante (menú ejecutivo)
19	Restaurant la Astilla de Zully Mora	Calle 14, milla.	Restaurante (menú ejecutivo)

Nº	Denominación social	Dirección	Clasificación
20	Restaurant Luz Caraballo	Av. 2 No. 13- 780, plaza milla.	Restaurante
21	Restaurant Tatuy	Final calle 24, las heroínas.	Restaurante
22	Restaurant bar pizzería "la Mamma, s.r.l."	Av. independencia, entre calle 19 y 20.	Comida rápida (pizzas)
23	Restaurant Bimbo	Calle 23 entre avenida 4 y 5.	Restaurante (especialidad en pastas, y carnes)
24	Restaurant Divan`s c.a.	Calle 20, entre Av. 4 y 5, local 19-82.	Desayunos
25	Restaurant Hostal Madrid	Calle 23 entre avenida 7 y 8.	Comida rápida
26	Restaurant La Casa del Mojo	Calle 20 entre Av. 6 y 7.	Restaurante (menú y a la carta)
27	Restaurant La Sevillana	Av. Don Tulio Febres Cordero.	Restaurante (especialidad en marisquería)
28	Restaurante Ma'marucha, f.p	Calle 25 con av. 8.	Restaurante
29	Restaurante Pastelitos Plaza de Milla s.r.l.	Av. 3 N° 13-63, frente a la plaza de milla.	Desayunos
30	Rincón Pizzería Tati	Av. 5, entre calles 23 y 24 N° 23-43.	Comida rápida (pizzas)
31	Rosticería Gaetano Café Restaurant c.a.	Esquina de la Av. 3 con calle 18.	Comida rápida y de especialidad (pizzas, pastas pastichos)
32	Sala Comercial Quinta Avenida	Av. 5 entre calles 23 y 24.	Restaurante
33	Sancocho Restaurant Típico c.a.	Av. 5, entre calles 23 y 24.	Restaurante (comida típica)
34	Tasca Restaurant El Pirata c.a.	Av. 5, Zerpa entre calles 25 y 26 edif. Mamaicha	Restaurante (menú ejecutivo, y la carta)
35	Tostadas Mayeya Saul`s	Av. 6 entre calles 21 y 22 N° 5-67	Restaurante

Nota. Elaborado a partir de datos tomados de Cormetur (2019).

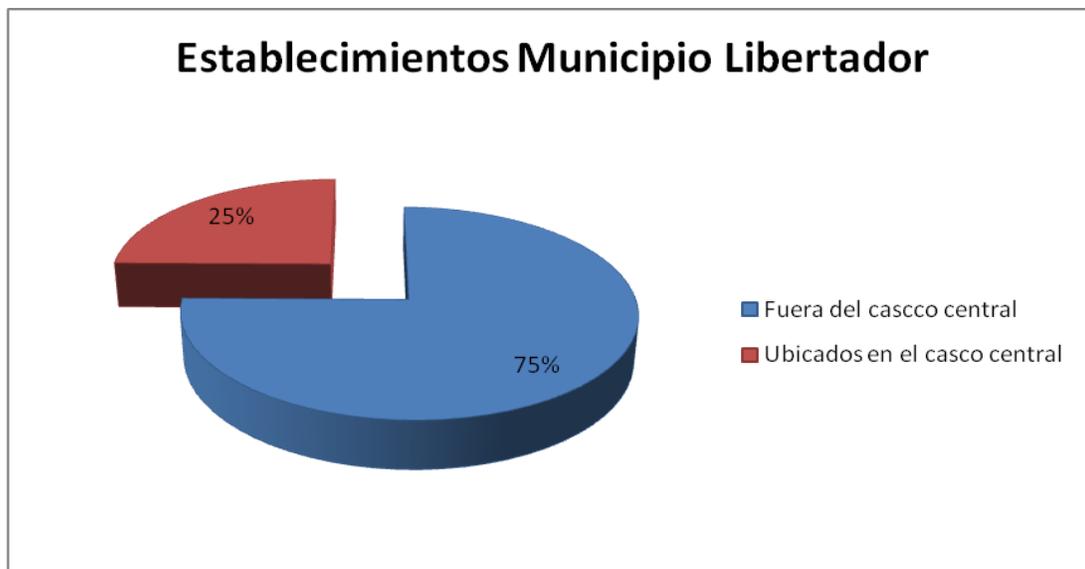


Gráfico 3. Proporción de establecimientos de comida ubicados en el municipio Libertador del Estado Mérida. Elaborado a partir de los datos de Cormetur (2018).

Para poder ubicar a los establecimientos ubicados dentro de la delimitación geográfica establecida en la investigación, se recurrió a la concepción de Casco Central de la ciudad de Mérida trazada en el modelo de ciudad “cultural, científica y tecnológica”, propuesto por Amaya (2011). En este modelo urbanístico se intenta delimitar el área geográfica de dicho casco a partir de las distintas etapas de crecimiento de la ciudad, y de su contenido espacial histórico, cultural y comercial; todo ello está plasmado en una cartográfica que sustenta el plano urbano de la ciudad identificado a escala en 140 manzanas. De esta manera, el casco central está conformado por varios sectores (Milla, Belén, El Espejo, Llano, Glorias Patrias), de gran valor histórico, residencial y funcional (comercial y económico), pertenecientes a varias Parroquias (Sagrario, El Llano, Milla, Arias y otras), “... compuesta de unas 30 calles transversales, 8 avenidas longitudinales, una avenida longitudinal (Tulio Febres Cordero), una avenida transversal (Viaducto Campo Elías) y un alto número

de callejuelas y callejones...” (Amaya, 2011, p. 17), (ver Gráfico 4). Amaya (2011), justifica dicha delimitación a partir de las construcciones en el espacio urbano de inmenso valor arquitectónico e histórico, que ha sido el resultado de un proceso histórico acumulativo, y que da lugar al centro metropolitano, con una economía ampliamente diversificada y con predominio del sector terciario que incluyen las funciones del gobierno, de los poderes públicos nacionales, de las actividades de la arquidiócesis y de la Universidad de Los Andes.

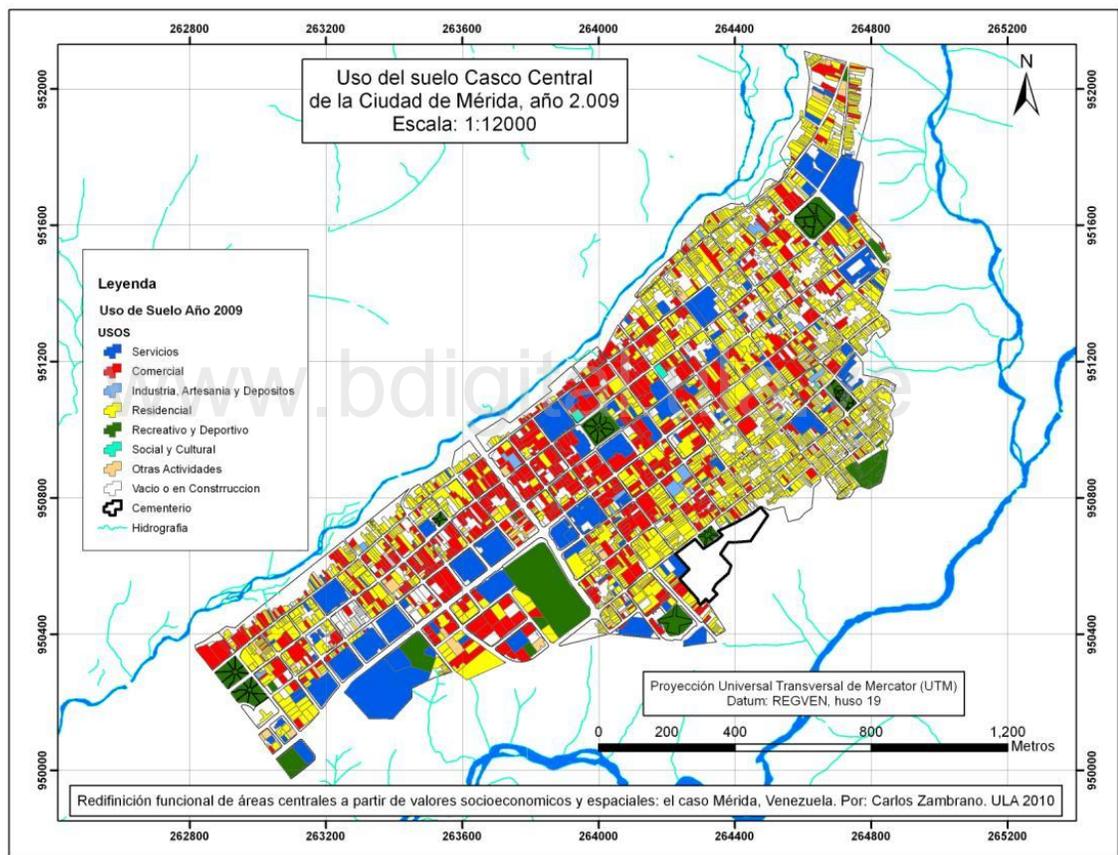


Gráfico 4. Cartografía del casco central de la ciudad de Mérida. Tomado de Amaya 2011, (p. 20).

Motivado a que dentro del directorio elaborado por Cormetur (2019), y depurado anteriormente en la Tabla 1, existen distintos tipos de establecimientos (comida criolla, ventas ambulantes, comida rápida, restaurantes de hoteles, hostelerías, tascas, piano-bar, discotecas, entre otros), para extraer o identificar los restaurantes de comida rápida se utilizó la definición referenciada en el Capítulo II. Es decir, se identificaron los restaurantes con las siguientes características y ubicadas mediante un recorrido físico en el Casco Central de la Ciudad de Mérida:

- Oferta de menús limitados, y de entrega rápida, basados generalmente en hamburguesas, papas, pollos, pizza, entre otros.
- Precio de los platillos no muy altos, sino asequibles.
- Operatividad estandarizada en la preparación de platos, sus comidas son menos elaboradas y su preparación es rápida.
- Organizados en cadenas, franquicias, u operados por su propietario y su familia (pequeñas empresas).
- Los procesos de atención al cliente, altamente estandarizados, el propio cliente ordena y cancela su pedido en el mostrador para llevar o consumir en el comedor que disponen estos locales, con el uso de vajilla desechables o con materiales derivados de cartón y plástico.
- Las líneas de producción de los alimentos están en conexión directa con el mostrador de entrega y normalmente a la vista del público.

De esta manera, al momento de realizar una visita exploratoria a los 35 establecimientos referenciados en Cuadro 1, se observó que 19 de ellos ofrecían servicios gastronómicos de otro tipo (desayunos, comida internacional, de especialidad, típica, a la carta, y menú ejecutivo), y 10 de estos establecimientos estaban inactivos (puertas cerradas) por razones desconocidas. De allí que solo 6 establecimientos fueron considerados expendedores de comida rápida y posibles participantes de muestreo para la investigación (ver Tabla 7). Reflejando así una

proporción del 17% establecimientos de comida rápida, 54% otras especialidades, y un 29% los establecimientos inactivos (ver Gráfico 5).

Tabla 7 Establecimientos ubicados en el Casco Central de la Ciudad de Mérida

Establecimientos referenciados	Cantidad	Proporción
Comida rápida	6	17%
Otras especialidades	19	54%
Cerrados	10	29%
Total casco central	35	100%

Nota. Elaborado a partir de datos recabados en el momento de la visita.

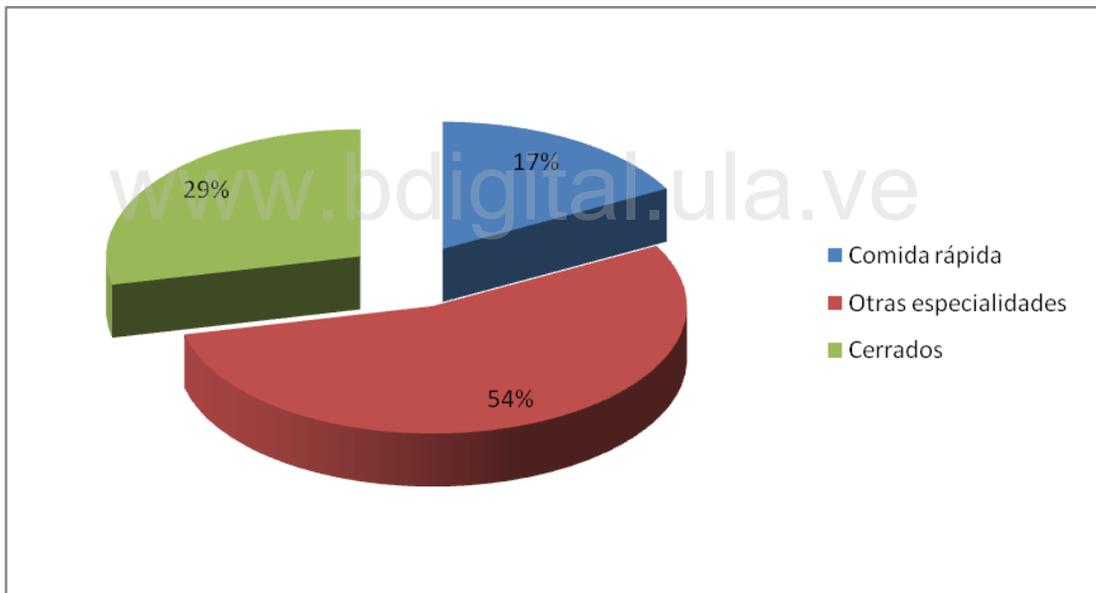


Gráfico 5. Actividad realizada por los establecimientos o restaurantes ubicados en el Casco Central del Estado Mérida. Elaborado a partir de datos de Cormetur (2019).

Adicionalmente, al momento de realizar la visita exploratoria, se observaron varios establecimientos operativos, y no incluidos por razones desconocidas en el registro de los seis establecimientos registrados por Cormetur (2019), dichos establecimientos fueron incorporados en el directorio que sirvió de marco muestral

para la investigación. Es decir, al listado proporcionado por Cormetur, conformados por 6 establecimientos de comida rápida se le adicionaron 10 establecimientos que fueron ubicados como expendedores activos de comida rápida, para un total de 16 establecimientos de comida rápida a ser muestreados (ver Tabla 8).

Tabla 8 Marco muestral: Establecimientos considerados de comida rápida, activos y ubicados en el Casco Central de la ciudad de Mérida

Nº	Denominación social	Dirección	Clasificación
1	Alimentos Rostack c.a	Av. 5 entre calles 23 y 24.	Comida rápida (pollo a la broaster, papas, hamburguesas, hot dog)
2	Boulevard Café,	Calle 22 entre av. 3 y 4.	Comida rápida (hamburguesas, hot dog, postres, café)
3	Café Restaurant La Botana	Calle 26, ed. Alpe PB.	Comida rápida (pizzas)
4	Pizzería el Sabor de los Quesos	Av. 2 entre calles 13 y 14 frente a la Plaza Milla	Comida rápida (pizzas)
5	Pizzería O`sole mío	Av. 3 Independencia, entre calles 26 y 27.	Comida rápida (pizzas)
6	Rosticería Gaetano Café Restaurant	Esquina de la Av. 2 con calle 18. C.C. Las Pirámides, local 8	Comida rápida (pizzas)
7	Uao Burguer c.a	Av. 3 cc history center nivel feria.	Comida rápida (pollo a la broaster, papas, hamburguesas, hot dog)
8	Mc Donald`s	Av. 3 Independencia, pasos debajo de la plaza bolívar.	Comida rápida (hamburguesas, sándwiches, papas fritas)
9	Heladería y Restaurante Copitos	Av. 3 Independencia, frente a la plaza de milla.	Comida rápida (pollo a la broaster, papas, hamburguesas, hot dog)
10	El Rincón de las Chicas	Av. 3 Independencia, cc Ártema planta baja.	Comida rápida (hamburguesas, hot dog, sándwiches, papas fritas)
11	La Casa de los Mostricos	Av. 3 Independencia entre calles 29 y 30.	Comida rápida (hamburguesas, hot dog, sándwiches, papas fritas)

Nº	Denominación social	Dirección	Clasificación
12	La Nota	Av. 8 Paredes, calle 25.	Comida rápida (hamburguesas, sándwiches, papas fritas, ensaladas)
13	Moffyns Café	Av. 5 Zerpa, entre calles 23 y 24.	Comida rápida (hamburguesas, hot dog, sándwiches, pizzas, papas fritas)
14	El Mundo de los Quesos	Bajando Av. 2 frente a la plaza de milla.	Comida rápida (pizzas)
15	Milla`s Pizzeria	Av. 3 Independencia frente a la plaza de milla.	Comida rápida (pizzas)
16	Tonny`s Bikes	Calle 26, cruce con av. don tulio, cc esquina de Amador.	Comida rápida (hamburguesas, hot dog, sándwiches, pizzas, papas fritas)

Nota. Elaborado a partir de datos tomados de Cormetur, y datos surgidos en el momento de la visita.

Sobre el marco muestral constituido por los 16 establecimientos, se trataron de seleccionar a la mayor cantidad de sujetos de manera intencional o conveniente, basado en el criterio de seleccionar establecimientos que hubiesen estado activos antes de la pandemia y al momento de la recogida de datos; pese a ello solo fue posible seleccionar a ocho (08) establecimientos como sujetos de estudio, por cuanto los establecimientos restantes no accedieron a formar parte del estudio, por diversas razones, y no proporcionaron ninguna información. Por ello la tasa de respuesta de la población muestreada fue del 50%, lo cual se considera como una proporción satisfactoria al tratarse de estudios en ciencias sociales.

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Bernal (2010, p. 191) hace alusión a la importancia que tiene en una investigación, el proceso de la obtención de datos, "...pues de ello dependen la confiabilidad y validez del estudio. Obtener información confiable y válida requiere cuidado y dedicación..." a dicha recolección se le suele conocer como "trabajo de campo".

Bernal (2010, p. 191) indica que existen dos maneras de obtener datos: fuentes primarias y fuentes secundarias; las primeras son todas las fuentes de obtención de datos de manera directa, "...es decir, de donde se origina la información... también conocida como información de primera mano o desde el lugar de los hechos. Estas fuentes son las personas, las organizaciones, los acontecimientos, el ambiente natural...". Las fuentes secundarias, son aquellas fuentes que otorgan datos sobre el tema en estudio, pero no son la fuente que la originó, es decir, solo hacen referencia de ella, sus principales fuentes de datos son "...los libros, las revistas, los documentos escritos (en general, todo medio impreso), los documentales, los noticieros y los medios de información...". Para el desarrollo de la investigación se hizo uso de las fuentes primarias y secundarias, ya que se realizó una revisión documental actualizada sobre las variables de estudio y posteriormente se recurrió al trabajo de campo, para la obtención de los datos en los establecimientos de comida rápida.

Las técnicas e instrumentos de recolección de datos, son las herramientas en las que se apoya el investigador, para poder llegar a una conclusión en la investigación, al permitir obtener toda la información posible del fenómeno en estudio, responder las incógnitas de la investigación y alcanzar los objetivos de la misma. Al respecto Arias (2012, p. 68) define a la técnica como la forma de obtener datos, tales como la observación directa, la encuesta (entrevista o cuestionario), y el análisis documental; mientras que "...Un instrumento de recolección de datos es

cualquier recurso, dispositivo o formato (en papel o digital), que se utiliza para obtener, registrar o almacenar información...”, sea fichas, formatos de cuestionarios, guías de entrevistas, lista de cotejo, etc. Específicamente, Gallardo y Moreno (1999, p. 69), mencionan que, la entrevista es una técnica que “...está compuesta básicamente por preguntas, que son estímulos verbales que producen o generan imágenes en el interrogado, quien produce una respuesta o un conjunto de respuestas...”. Respecto a la entrevista estructurada, estos autores mencionan que la pregunta formulada tendrá un carácter sistemático al ser estandarizadas, con la finalidad de hacer comparación de los datos recolectada, y deben ser formuladas con el mismo valor psicológico para los encuestados; esta técnica puede utilizar para formular sus preguntas desde un cuestionario o listado de preguntas (guía de entrevista), haciendo uso de este, de manera informal o sin denotar que es un interrogatorio.

En concordancia con estas definiciones, para el trabajo de campo de la presente investigación, se hizo uso de varias las técnicas para la recolección de datos como la entrevista personal de tipo dirigida o estructurada y la observación directa, apoyada en los instrumentos denominados guía de entrevista y ficha de observación, para hacer su registro de la información proporcionada por el entrevistado (Anexo b). Ambas técnicas (entrevista y observación) son adecuadas para la investigación cualitativa (Hernández et al. 2014). La entrevista fue utilizada dado que la misma es recomendada por Mendez (2004), para ser aplicada en muestras no homogéneas o de acceso diferente; la misma permitió la obtención de datos de manera directa, a través de la formulación de un conjunto de preguntas estructuradas (guía de entrevista), cuyo formato quedó a criterio del investigador y a las necesidades de información requerida, estructuradas en preguntas cerradas o abierta, formuladas por el mismo entrevistador.

La técnica de la entrevista, tal como lo señala Muñoz (2011, p. 119), permitió recopilar información, “...cara a cara, para captar tanto las opiniones como los criterios personales... se profundiza sobre los juicios emitidos...”, lo cual permitió

que el investigador realizara posteriormente las interpretaciones pertinentes. Además, la entrevista de tipo dirigida, facilitó que el entrevistador centrara las respuestas y opiniones del entrevistado, guiándose por un formato preestablecido, sin modificaciones significativas; es decir, el entrevistador valiéndose de su experiencia y habilidad, pudo enfocar la entrevista exclusivamente en el tema deseado.

Confiabilidad y validez de los instrumentos de recolección de datos

La confiabilidad y validez del instrumento de recolección es vital para la investigación, puesto que la validez garantiza resultados y conclusiones confiables y válidas ante la comunidad científica. Para ello el instrumento de medición debe cumplir tres requerimientos esenciales como son confiabilidad, validez y objetividad.

Bernal (2010, p. 247), acota que “...la confiabilidad de un cuestionario se refiere a la consistencia de las puntuaciones obtenidas por las mismas personas, cuando se las examina en distintas ocasiones con los mismos cuestionarios...”. Mientras que Gallardo y Moreno (1999, p. 47), indican que un instrumento es confiable cuando al replicarlos en condiciones similares arroja aproximadamente los mismos resultados.

Para esta investigación se utilizó la confiabilidad cualitativa, denominada también como dependencia o consistencia lógica, definida por Hernández et al. (2006, p. 662) como el grado en el cual en diferentes oportunidades se recolectan datos en condiciones similares en el campo, y que al efectuar los mismos análisis se generan resultados equivalentes, e incluso se puedan “...arribar a interpretaciones coherentes”, por tratarse especialmente de estudios cualitativos. La confiabilidad cualitativa, fue asegurada mediante la triangulación de fuentes de datos utilizados en el estudio; es decir, al contar con varias fuentes de información y técnicas para recolectar datos, se realizaron chequeos cruzados entre los datos hallándose coincidencia en los datos hallados en diferentes fuentes; adicionalmente, dada la extensión del instrumento utilizado (Anexo b), se examinaron las respuestas de los participantes en aquellos contenidos considerados como paralelos o similares. Todas

estas formas son recomendadas por Hernández et al. (2006), como medidas eficientes para asegurar la confiabilidad de los instrumentos en la investigación cualitativa.

Sobre la validez de los instrumentos de recolección de datos, según especialistas y numerosos autores en metodología de la investigación, existen diferentes formas para alcanzar y corroborar la validez de un instrumento, tales como la validez de contenido, la validez de constructo y la validez de criterio (Hernández et al. 2006). Gallardo y Moreno (1999, p. 47), se refiere a la validez cuando "...un instrumento de medición adecuado es aquel que registra datos observables que representan verdaderamente a los conceptos o variables que el investigador tiene en mente...". Es decir, se refiere a la condición efectiva del instrumento al medir "...aquello para lo cual está destinado... o, que efectivamente mide lo que el investigador pretende medir...".

En esta investigación la validez se basó en el contenido. La validez de contenido, según Hernández et al. (2006), refleja el dominio del contenido específico de lo que se mide. Para ello, y tratando de asegurar que los ítems sean representativos del conjunto de elementos que definen el concepto de variables a medir, bajo el enfoque cualitativo, se hizo una extensa y cuidadosa consulta a la literatura sobre el tema de los sistemas de costos de calidad, y antecedentes; también se recurrió a la opinión y experiencia de investigadores del tema, seleccionados de forma intencional, para poder recolectar la opinión de estos sobre el tema y la adecuación de los instrumentos al contenido que se pretende medir. Específicamente, se ubicaron expertos en la materia que evaluaron el contenido del cuestionario, en cuanto a la correspondencia entre los ítems, preguntas y los objetivos de la investigación (Anexo d), según lo señalado por Gallardo y Moreno, (1999, p. 51), al explicar que "...la validez de contenido de un instrumento se determina mediante un detenido examen de los ítems. Cada ítem se juzga de acuerdo si representa o no el campo específico correspondiente..."

Una vez recabada la opinión de los expertos, los instrumentos fueron ajustados y perfeccionados según las observaciones señaladas.

También se puede afirmar que los instrumentos utilizados para recolectar datos en esta investigación poseen validez de criterio, alcanzado al comparar los resultados logrados con otro criterio externo, que pretendió medir lo mismo. En este caso, los resultados obtenidos en la guía de entrevista fueron comparados cualitativamente con los alcanzados en el guión de observación, es decir, "...la medición de aceptación se validó por dos métodos al comparar dos criterios" Hernández et al. (2014, p. 281).

Por lo anterior se considera que los instrumentos utilizados en la presente investigación miden o recogen adecuadamente el contenido de los constructos analizados.

Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Para Rojas (2013), en el procesamiento de la información existen numerosos procesos, donde su manejo estará condicionado por el volumen de la muestra y el número de incógnitas del instrumento utilizado, y de lo que se procura analizar. También se debe tomar en cuenta la disponibilidad tanto de recursos financieros, como de materiales disponibles. Rojas (2013, p. 316), explica que actualmente se dispone de varios medios electrónicos para ello, sin embargo aconseja que cuando "...se trata de volúmenes reducidos de información es más sencillo y económico valerse de procedimientos manuales o mecánicos para realizar esta fase..."

Bajos los lineamientos expuestos por Rojas (2013), en esta investigación, luego de recabar los datos, los mismos fueron ordenados, por instrumento de recolección, y clasificados por las variables señaladas en el sistema de variables. Posteriormente fueron descartadas aquellas respuestas no halladas o confusas, lo que permitió hacer un recuento y resumen de datos, para luego ser tabuladas o procesadas de forma manual en un principio y luego a través del *Software Windows*, y el *Microsoft Excel*; este último permitió el uso de herramientas propias de la estadística

descriptiva dentro de la naturaleza cuantitativo del proceso, con distribuciones de frecuencias relativas.

Posterior al análisis cuantitativo, la información recabada fue interpretada a partir de la experiencia del investigador, del marco teórico y los antecedentes de la investigación, con ayuda de sus asesores. Con esta interpretación, se intentó dar respuestas a las preguntas formuladas en la investigación, para ser finalmente ordenadas y presentadas en el reporte final de la investigación.

www.bdigital.ula.ve

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LOS DATOS

En el presente capítulo se presenta el análisis de los datos recolectados, mediante el uso de herramientas de procesamiento como la distribución de frecuencias y las representaciones gráficas, lo cual permitió generar resultados comprensibles para responder las interrogantes planteadas. Adicionalmente, los resultados fueron organizados de acuerdo al sistema de variables diseñado para la investigación.

www.bdigital.ula.ve

Características de los establecimientos de comida rápida y los efectos de la pandemia Covid -19

En las entrevistas practicadas se pudo conocer un conjunto de características de los establecimientos de comida rápida, que permitieron analizar su operatividad antes, durante y después de la cuarentena por la pandemia Covid-19 (ver Tabla 9).

Tabla 9 Características de los establecimientos de comida rápida ubicados en el casco central del municipio Libertador del estado Mérida, Venezuela

	Empresa familiar	Antigüedad (Años)	Cantidad de Empleados			Especialidad definida	Alimentos Ofertados
			Antes	Durante	Después		
Alimentos Rostack c.a	Sí	19	6	4	6	Sí	hamburguesas, pollo, papas fritas, refrescos, bebidas naturales
Rosticería Gaetano Café c.a	Sí	10	20	0	12	Sí	Pizzas, refrescos, bebidas naturales

	Empresa familiar	Antigüedad (Años)	Cantidad de Empleados			Especialidad definida	Alimentos
			Antes	Durante	Después		
Uao Burguer c.a	No	8	3	0	4	Sí	hamburguesas, sándwiches, hot dog, pollo, papas fritas, refrescos, ensaladas
Mc Donald's	No	14	6 a 8	1	5	Sí	hamburguesas, sándwiches, pollo, papas fritas, refrescos, helados
Copitos	Sí	5	17	17	21	Sí	hamburguesas, hot dog, pollo, papas fritas, refrescos, bebidas naturales, helados
El Rincón de las Chicas	Sí	16	3	0	5	Sí	hamburguesas, sándwiches, hot dog, refrescos, bebidas naturales
La Casa de los Mostricos	Sí	34	3	0	2	Sí	hamburguesas, sándwiches, hot dog, pollo, papas fritas, refrescos, bebidas naturales
La Nota	No	24	12	0	12	Sí	hamburguesas, sándwiches, hot dog, pollo, papas fritas, refrescos, ensaladas

Nota. Elaboración a partir de respuestas obtenidas de la entrevista.

En términos generales, sobre la constitución y propiedad del establecimiento, se encontró que de los ocho (08) establecimientos entrevistados, seis (06) son empresas familiares (75%), es de acotar, que dichas empresas fueron constituidas como Compañías Anónimas (C.A), donde las proporciones de sus acciones están distribuidas entre los miembros de la familia que las fundó. Así mismo se encontró que dos (02) están constituidas como franquicias (25%), (ver Gráfico 6).

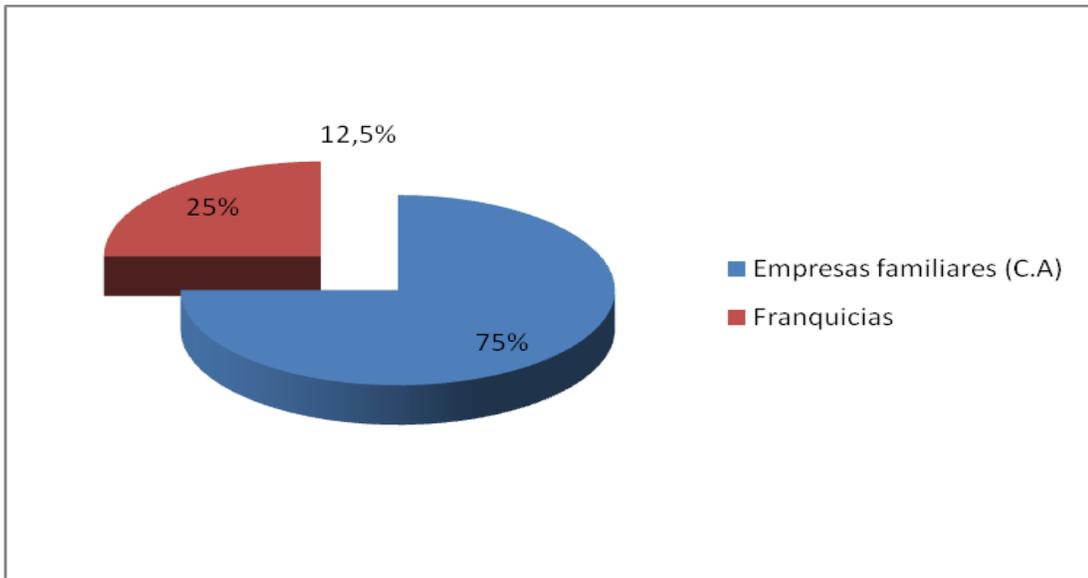


Gráfico 6. Constitución de los establecimientos de comida rápida ubicados en el casco central del municipio Libertador del estado Mérida, Venezuela. Elaboración a partir de información obtenida en la entrevista.

www.bdigital.ula.ve

Sobre la antigüedad, se detectó que los establecimientos se han mantenido en el tiempo, pese al periodo de cierre y los horarios restringidos impuestos por la normativa emanada por el Estado, ante el Covid-19. Se halló que el establecimiento más reciente tiene 5 años de actividad, y el más antiguo tiene 34 años prestando sus servicios de comida rápida. Específicamente, el 25% de los establecimientos tiene menos de 10 años, el 50% cuenta con más de 10 años en el mercado, y un 25% los establecimientos tienen más de 20 años. Lo anterior señala que estas organizaciones, pese a las vicisitudes en el sector de la gastronomía, han podido mantenerse en el tiempo (ver Gráfico 7).

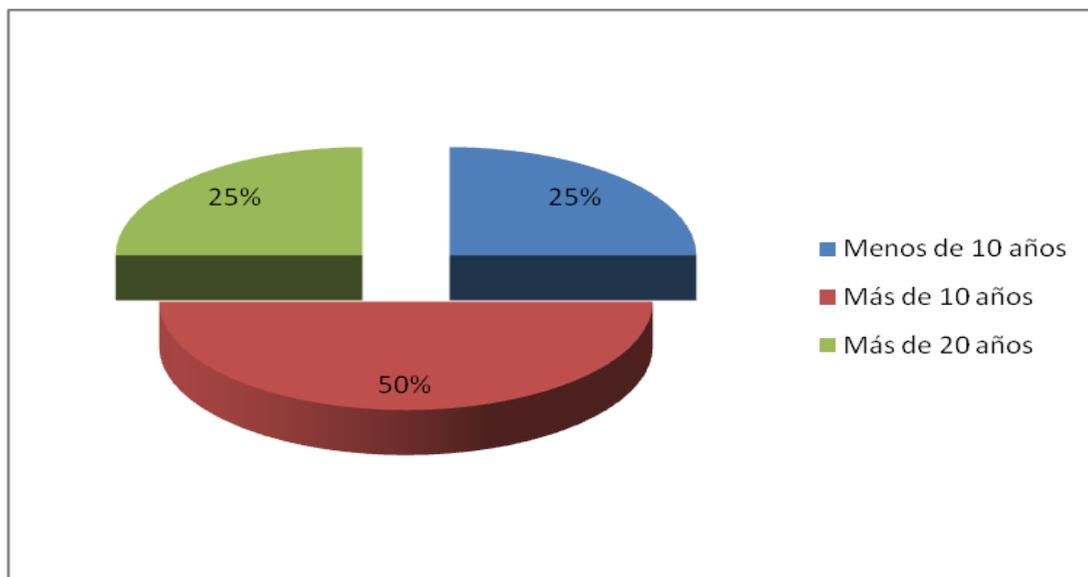


Gráfico 7. Tiempo de operatividad de los establecimientos de comida rápida ubicados en el casco central del municipio Libertador del estado Mérida, Venezuela. Elaborado a partir de información obtenida en la entrevista.

www.bdigital.ula.ve

Específicamente, sobre la operatividad y cierre de operaciones durante la pandemia por Covid-19, la entrevista reveló que el 75% de los establecimientos estudiados cerraron o suspendieron sus operaciones debido a la cuarentena radical; solo dos de los establecimientos entrevistados se mantuvieron operativos, con ciertas restricciones en cuanto a horarios y aforo de comensales, lo cual representa el 25% de los establecimientos estudiados (Heladería y Restaurante Copitos y Alimentos Rostack). Del 75% de los establecimientos que no prestaron sus servicios, permanecieron cerrados por espacio de tres meses, es el caso de El Rincón de las Chicas, Rosticería Gaetano Café Restaurant, y La Casa de los Mostricos; representando el 37,5% (tres) mientras que el 25% (dos) y el 12,5% (uno) cerraron por un periodo de cuatro y dieciocho meses, respectivamente.

En cuanto al tamaño, los establecimientos entrevistados según sus características se pudo confirmar que son micro y pequeñas empresas, dado que la cantidad de empleados no es cuantiosa, esto de acuerdo a los criterios de clasificación

empresarial dictadas por la Ley para la Promoción y Desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria y Unidades de Propiedad Social en Venezuela (2014)² se deduce que todos los establecimientos estudiados pueden ser considerados como micro y pequeñas empresas; específicamente, un 37% son microempresas, ya que tienen entre 2 y 5 trabajadores, y un 63% son pequeñas empresa por tener entre 6 y 21 trabajadores, descartando la existencia de medianas empresas (ver Gráfico 8).

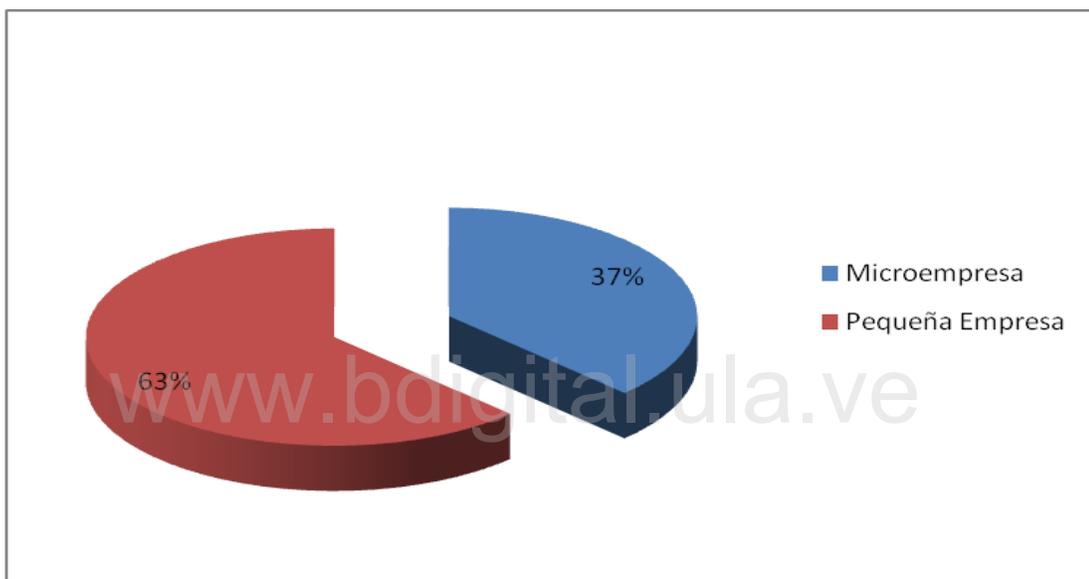


Gráfico 8. Dimensión de los establecimientos de comida rápida ubicados en el casco central del municipio Libertador del estado Mérida, Venezuela. Medidos por la cantidad de trabajadores que emplean. Elaborado a partir de datos obtenidos, en la entrevista.

Es importante mencionar que en el grupo de establecimientos entrevistados se incluyeron dos franquicias (Mc donald`s, y la Nota) cuantificados como establecimientos únicos; es decir, cuantificados como dos establecimientos independientes ubicados en el casco central del estado Mérida, dado que si estos

² Microempresas: entidades que tienen en su nómina un promedio anual menor a 10 trabajadores, o en su defecto una proporción más pequeña de empleados para poder operar. Pequeña empresa: Mantienen un promedio de hasta 50 trabajadores en su nómina. Medianas empresas: emplean en promedio anual entre 51 a 150 trabajadores.

establecimientos son cuantificados en conjunto con sus sucursales, serían categorizados de otra manera, como medianas y/o grandes empresas. Es de acotar que, durante los meses de la pandemia los establecimientos que permanecieron cerrados su nómina bajo cero, prescindieron de todo su personal; en el caso de los establecimientos de constitución familiar, se prescindió de aquellos empleados ajenos al grupo familiar. Otras de las empresas que mantuvieron cierto número de empleados fueron una de las franquicias (Mc Donald`s), que mantuvo un empleado (el gerente) con la cancelación de un bono por contingencia (descrito así por el entrevistado); otras dos empresas fueron la Heladería y Restaurante Copitos, y Alimentos Rostack, la primera, mantuvo la misma cantidad de trabajadores antes de la pandemia, y la segunda, redujo su personal al necesario (4 empleados) para trabajar por esos meses dada la poca afluencia de clientes, pese al manteniendo de su oferta de alimentos sin restricciones.

Sobre el tipo de productos y servicios ofrecidos, una característica similar en todos los establecimientos entrevistados, que los hacen recibir la denominación de restaurantes de comida rápida, es que todos tienen definida una oferta básica y limitada de alimentos; sus menús más comunes son las hamburguesas, pollo frito, y papas fritas, por ser los preferidos por sus clientes. En la entrevista se pudo determinar que de ocho (08) establecimientos entrevistados, siete (07) establecimientos, representando un 87.5%, disponen en su oferta gastronómica, de hamburguesas, así mismo se observó que el 75%, es decir seis (06) establecimientos, disponen de pollo frito, así como de papas fritas en su menú. Otra oferta de platillos fueron los sándwiches y hot dog, encontrándose que el 62.5%, lo que corresponde a cinco (05) de los establecimientos consultados, los tienen ofertados. También se pudo evidenciar que solamente uno (01) de los establecimientos disponía de pizzas entre su oferta de platillos (ver Gráfico 9). Es importante acotar que todos los establecimientos ofrecen refrescos y bebidas naturales, solo dos (2) ofrecen helados, y tres (3) ofrecen ensaladas. Sobre los efectos de la pandemia Covid-19 en la oferta de servicio se halló, que solo los dos (2)

establecimientos que estuvieron activos durante la cuarentena radical ofrecieron pollo y papas crudas para ser preparadas en casa, es el caso de Heladería y Restaurante Copitos; mientras que el establecimiento Alimentos Rostack logró ofrecer todos sus platillos.



Gráfico 9. Productos ofrecidos por los establecimientos de comida rápida ubicados en el casco central del municipio Libertador del estado Mérida, Venezuela. Elaborado a partir de información obtenida en la entrevista.

En cuanto a la localización o ubicación del establecimiento, se pudo conocer que todos los establecimientos se ubicaron en el casco central de la ciudad de Mérida, lo cual fue un requisito para que dicho establecimiento formara parte del estudio. Estos establecimientos se han mantenido en la misma ubicación donde fueron constituidos, desde que iniciaron sus operaciones, a excepción de uno solo (La casa de los Mostricos) que estuvo ubicado a media cuadra de distancia de su actual ubicación, dentro del casco central de la ciudad.

Efecto de la pandemia Covid -19 en las operaciones de los establecimientos de comida rápida en el marco de la calidad del servicio

Los efectos que ha dejado a su paso el Covid-19 han sido innumerables, sin embargo, es competencia de esta investigación determinar su efecto en las operaciones de los establecimientos de comida rápida, ubicados en el casco central del municipio Libertador del estado Mérida, Venezuela; para ello se estudió el comportamiento de estas empresas antes, durante, y después de la cuarentena radical por Covid-19, desde diversas ópticas vinculadas a la calidad del servicio.

Respecto a los servicios prestados por los establecimientos participantes en el estudio, antes y después de la cuarentena radical por Covid-19, se halló que el 100% de los establecimientos prestaron sus servicios, tanto para consumir en el local, como para llevar. Como se mencionó, durante la pandemia, solo dos establecimientos (Heladería y Restaurante Copitos, y Alimentos Rostock) abrieron sus puertas, de las cuales solo uno de ellos (12,5%) prestó sus servicios de expendio de alimentos y bebidas para ser consumidos en el local (Alimentos Rostack), mientras que ambos (25%) prestaron sus servicios de alimentos y bebidas para llevar (ver Tabla 10).

El servicio a domicilio se incrementó luego de la cuarentena radical por Covid-19. Aunque la mayoría de establecimientos (87,5%) prestaba dichos servicios antes de la pandemia y solo el 25% lo hizo durante la pandemia; sin embargo, se encontró que para después de la misma, el 100% de los establecimientos ofrece dicho servicio (ver Tabla 10).

En cuanto a las actividades especiales, como celebraciones privadas o reservaciones para eventos y reuniones de negocios o de grupos específicos, se halló que durante la cuarentena radical por Covid-19, el 100% de los establecimientos no prestaron dichos servicios en atención a las medidas de prohibición de reuniones en espacios cerrados, emanada por el Estado durante la cuarentena radical. Solo tres (03) establecimientos prestaron este servicio antes y después de la pandemia, dos de ellas como celebraciones privadas y otra como reuniones de negocios (ver Tabla 10).

Tabla 10 Proporción de los servicios ofrecidos por los establecimientos, antes, durante y después de la cuarentena radical por Covid-19

	Antes de la pandemia Covid- 19	Durante la pandemia Covid- 19	Después de la pandemia Covid-19
Alimentos y bebidas para consumo en el local	100%	12,5%	100%
Alimentos y bebidas para llevar	100%	25%	100%
Alimentos y bebidas con entrega a domicilio (Delivery)	87,5%	25%	100%
Celebraciones privadas en el local o reservaciones a eventos especiales	25%	-----	25%
Reuniones de negocio o de grupos específicos	12,5%	-----	12,5%

Nota. Elaborado con información resultante de la entrevista.

Sobre la cantidad de clientes o comensales atendidos, se evidenció que la mayoría de establecimientos (50%) atendía antes de la pandemia a menos de 35 clientes por día, el 25% atendía menos de 60 clientes, y el otro 25% atendía entre 100 y 150 clientes diarios. Durante la pandemia por Covid-19, en los dos únicos establecimientos que se mantuvieron operando durante la pandemia, la cantidad de clientes atendidos disminuyó en un 80%. Luego de la cuarentena radical por Covid-19, periodo en el cual todos los establecimientos estudiados volvieron a estar operativos, la cantidad de clientes se duplicó para el 37,5% de los establecimientos; sin embargo, para la mayoría de establecimientos (62,5%) esta cantidad permaneció constante (ver Tabla 11).

Tabla 11 Cantidad de clientes o comensales atendidos, antes, durante y después de la cuarentena radical por Covid-19

Clientes atendidos					
Antes de la pandemia Covid-19		Durante la pandemia Covid-19		Después de la pandemia Covid-19	
Establecimientos	clientes	establecimientos	clientes	establecimientos	clientes
50%	menos de 35	25%	bajo en 80%	37,5%	duplico clientes
25%	menos de 60	75%	cerro	62,5%	constante
25%	entre 100 y 150				

Nota. Elaboración a partir de los datos recolectados en la entrevista.

Este comportamiento de la cantidad de clientes atendidos, se reflejó en el nivel de ventas. Todos los gerentes entrevistados coincidieron que las ventas de los establecimientos disminuyeron. En la mayoría de establecimientos las ventas disminuyeron drásticamente un 80% y 90%. Solo en el 25% de los establecimientos se halló que las ventas mostraron un decrecimiento moderado, entre 45% y 48% (ver Gráfico 10).

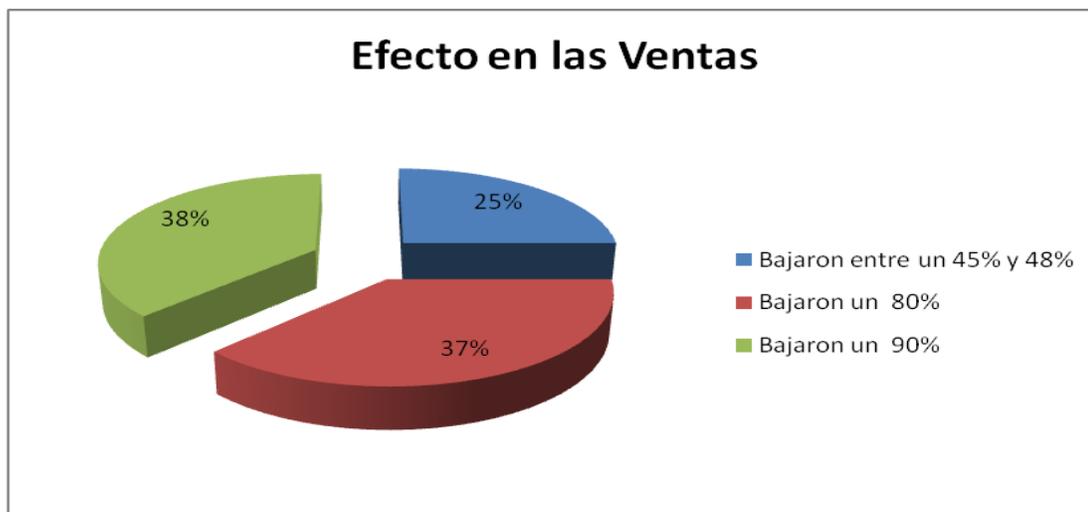


Gráfico 10. Comportamiento de las ventas en los establecimientos de comida rápida ubicados en el casco central del municipio Libertador del estado Mérida, Venezuela. Elaborado a partir de datos obtenidos en la entrevista.

En lo que respecta a la recepción y desembarque de materiales y suministros se encontró que el 100% de los establecimientos tienen similitud en cuanto al proceso de pedido de suministros e insumos, dado que la mayoría de insumos son perecederos, es decir, con alto riesgo de descomposición. Según los datos hallados, los pedidos de insumos se hacen de manera recurrente, de los ocho (08) establecimientos, cinco (05), representando una proporción del 62,5% hacen recepción diaria de insumos, mientras que dos (02) con un 25% lo hace de manera inter-diaria. Dejando una proporción de 12,5% a uno (01) del establecimiento que hace recepción de materiales y suministros una vez por mes. En lo que se refiere a pedido de refrescos, el 75% hacen recepción de pedidos una vez a la semana (ver Tabla 12).

Sobre el personal que interviene en la recepción y desembarque, se encontró que por lo general son los dueños o los encargados del establecimiento los responsables de recibir los insumos. Así mismo se pudo notar que de los ocho (08) establecimiento, en tres (03) de ellos son los mismos dueños quienes hacen las compras de materiales y suministros (Uao Burger, El Rincón de las Chicas, La Casa

de los Mostricos) solo dejando como proveedores a los distribuidores de refrescos (ver Tabla 12).

Hay que resaltar que las dos franquicias operan de manera diferente al resto de establecimientos estudiados, dado que las mismas tienen sus propias distribuidoras de suministros. En el caso de McDonald's hace un pedido mensual a su sede principal en Caracas, y deben ser muy cuidadosos al hacer su pedido de suministros ajustado a su estimado de ventas al mes, dado que la mayoría de sus alimentos e insumos los reciben procesados y congelados. En el caso de La Nota, este establecimiento posee su distribuidora en el estado Mérida, por lo que el gerente del establecimiento hace el pedido diario de lo que requiere, para ser recibido al día siguiente (ver Tabla 12).

Estos procedimientos de pedidos fueron así antes de la cuarentena por Covid-19, y luego de la misma han sido retomados, pero con menor volumen y frecuencia. Durante la cuarentena, como se mencionó solo dos (02) establecimientos trabajaron, en uno de ellos (Heladería y Restaurante Copito) se manejó el mismo sistema de pedidos con menos cantidad de insumos, mientras que en el otro establecimiento (Alimentos Rostack) durante la cuarentena hacían los pedidos cada quince días y los insumos que fuesen necesario comprar con más regularidad para mantener su frescura, es decir, se compraban de manera inter-diaria, y eran realizadas por el encargado del establecimiento (ver Tabla 12).

Tabla 12 Recepción y desembarque de materiales y suministros

Establecimientos	Tipo de insumo	Personal involucrado	Cantidad de operaciones	Procedimiento
Alimentos Rostack	Pollo, pan, verduras, vegetales, frutas, refrescos, entre otros.	2 personas	2 o 3 veces por semana	Refrescos despacho una vez a la semana, otros insumos son pedidos al proveedor de manera interdiaria.
Rosticería Gaetano Café Restaurant	Pollo, vegetales, refrescos entre otros.	1 empleado	6 veces por semana	Se hace pedido, y es despachado diario, refrescos una vez a la semana.
Uao Burger	Cárnicos, panes, verduras, vegetales y frutas, refrescos, entre otros.	2 empleados	6 veces por semana	Insumos las compra el dueño diariamente, los cárnicos cada dos o tres días, refrescos, una vez por semana.
Mc Donald`s	Insumos procesados y congelados, refrescos entre otros.	1 persona	1 vez al mes	Se hace el reporte a la sede principal (Caracas) de lo necesario, y estos envían el pedido.
Heladería y restaurante Copitos	Pollo, papas, frutas, pan, refrescos, especias.	1 persona	2 o 3 veces por semana	Hacen pedido, llega el proveedor, el encargado verifica que sea lo que se pidió. Refrescos una vez a la semana.
El Rincón de las Chicas	Cárnicos, vegetales, pan, refrescos, entre otros.	1 persona	6 veces por semana	Refrescos despacho una vez a la semana, los demás insumos son comprados por el dueño diariamente.
La Casa de los Mostricos	Cárnicos, vegetales, verduras, frutas, pan, refrescos, entre otros.	1 persona	6 veces por semana	Refrescos despachados una vez por semana, insumos los compra el dueño diariamente, los cárnicos cada dos o tres días.
La Nota	Cárnicos, vegetales, pan, refrescos, entre otros.	1 persona	6 veces por semana	Se hace pedido a la distribuidora, y esta le despacha al día siguiente.

Nota. Elaborado a partir de respuestas obtenidas en la entrevista.

En cuanto al almacenamiento de los insumos se encontró que en términos generales todos los establecimientos operan de manera similar, y todos responden a la

frecuencia de realización de la recepción y el desembarque de los materiales y suministros. La entrevista reveló que los establecimientos en su totalidad, cuentan con el espacio adecuado para guardar los insumos, incluyendo neveras, refrigeradores y demás equipos que les permiten mantener los insumos en buen estado. Los establecimientos que cuentan con proveedores, hacen sus pedidos, y el día del despacho al llegar los insumos al establecimiento, el encargado o dueño verifica lo que pidió, y proceden a guardarlo en los lugares idóneos para ello; en estos casos el personal tiene especial atención en el manejo de los cárnicos, productos que deben conservar su cadena del frío, y en aquellos insumos que son más propensos a dañarse por mala manipulación.

También se pudo evidenciar que en los establecimientos estudiados la cantidad de personas necesarias para hacer el almacenamiento, oscilan entre 1 a 3 personas, con una cantidad de operaciones similar para la recepción y desembarque de materiales y suministros; tal comportamiento se evidenció antes, durante y después de la cuarentena radical por Covid-19, e independientemente de la frecuencia de abastecimiento diario, inter-diario, semanal, quincenal o mensual.

Es importante destacar que en el establecimiento cuyos pedidos son mensuales, como en el caso de Mc Donald`s, y con una mayor cantidad o volumen de insumos, se requieren de 7 personas para las actividades de almacenamiento; ello disminuyó a 5 personas, luego de la cuarentena radical por Covid-19, por la reducción de la cantidad de insumos en cada pedido. Durante la cuarentena radical por Covid-19, en uno de los dos establecimientos activos, también redujo la cantidad de trabajadores necesarios para las actividades de recepción, desembarque y almacenamiento de insumos; es el caso de Alimentos Rostack que requirió solo de 2 trabajadores, dado que la actividad limitó su frecuencia a dos veces por mes.

En cuanto a las actividades de comunicación y recepción de los clientes, y recepción de pedidos, se encontró que antes de la pandemia estas funciones en su mayoría fueron ejercidas por la misma persona; la comunicación era de manera

directa, a través de llamadas telefónicas o aplicaciones de App. En lo que respecta a la recepción del cliente y sus pedidos, el empleado de atención al cliente, le daba la bienvenida y procedía a mostrarle el menú, para posteriormente tomar nota de la orden, confirmar su pedido, y entregar la comanda a la cocina para su preparación; a la vez indicaba al comensal que podía sentarse a esperar que saliera su comida y ser llamado para retirarlo, o en su defecto ser llevada por el mesoneros, en caso de que existiera.

Es importante señalar que, en las actividades de recepción de clientes, todos los establecimientos cuentan con su propia área de mesas dispuesto para la recepción del cliente y el consumo, a excepción de uno (01) de los establecimientos que opera en un centro comercial con un espacio de uso común o conjunto con otros establecimientos, denominado feria de comida, en dicho espacio los comensales pueden solicitar y consumir sus alimentos de cualquiera de los establecimientos del centro comercial o solicitarlos para llevar.

Durante la pandemia y después de la cuarentena radical por Covid-19, los procedimientos de recepción del cliente y recepción de su pedido cambiaron, con la incorporación de medidas de bioseguridad, tanto para el empleado como para el cliente, y resumidas a continuación:

- Restricción de contacto físico (saludos de manos).
- Al haber algún contacto o intercambio físico de objetos, como en caso de cancelar, hacer uso de alcohol antes y después de hacer cobros.
- Limpiar el área antes y después de atender el comensal.
- Uso de mascarillas, gel y demás medidas de bioseguridad.
- Mantener la distancia física recomendada.

En lo que respecta a la recepción del pedido y el consumo de los alimentos y bebidas, se halló que el 50% de los establecimientos dan la opción al cliente de pedir

en la mesa, y al final del consumo cancelar; y el otro 50% restante, el cliente debe llegar al mostrador y hacer la elección de su pedido, para posteriormente retirar su orden.

En cuanto al cobro del pedido, se encontró que la mayoría de establecimientos cuentan con varios métodos, como son: el punto de venta, el pago móvil, las transferencias, pago en bolívares en efectivo, divisas, e incluso uno (01) de los establecimientos recibe pagos en criptomonedas (Heladería y Restaurante Copitos). Estos medios han sido usados antes, durante y después de la cuarentena radical. En los meses de cuarentena, en los dos establecimientos que se mantuvieron activos, se hizo más frecuente el pago por vía electrónica, ya que disminuyó la afluencia de clientes en el local, e incrementaron los pedidos para llevar y los pedidos entregados a domicilio (*delivery*); es decir, el uso de pagos por medios electrónicos fueron más frecuentes, las personas se inclinaron a usar más el pago vía móvil, dado que al ser muy pocos los establecimientos que prestaron el servicio de comida para consumir en el mismo establecimiento, los clientes se veían obligados a comprar y llevar para comer en casa, o en su defecto hacer el pedido vía telefónica y pasar a retirarlo. Es preciso aclarar que la cantidad de operaciones de cobro por día es distinta a la cantidad de operaciones por consumo, puesto que estas últimas equivalen a la cantidad de comensales atendidas en el establecimiento por día (ver Tabla 13).

Tabla 13 Métodos de cobro y recepción de clientes por día

	Cobro del pedido	Personal involucrado			Cantidad de Operaciones		
		antes	durante	después	antes	durante	después
Alimentos Rostack	Métodos de cobro, en Bs, divisas, punto de venta, transferencia, pago móvil.	1 persona	1 persona	1 persona	100 a 140 comensales por día	20 clientes por día	100 a 140 comensales por día.
Rosticería Gaetano Café Restaurant	Métodos de cobro, en Bs, divisas, punto de venta, pago móvil.	1 persona		1 persona	50 a 60 comensales por día		50 a 60 comensales por día.
Uao Burguer	Métodos de cobro, en Bs, divisas, punto de venta, pago móvil, transferencias.	1 persona		1 persona	30 a 35 comensales por día		30 a 35 comensales por día.
Mc Donald`s	Métodos de cobro, en Bs, divisas, punto de venta, pago móvil, transferencias.	1 persona		1 persona	20 a 25 comensales por día		30 a 70 comensales por día.
Heladería y Restaurante Copitos	Métodos de cobro, en Bs, divisas, punto de venta, transferencias, criptomonedas.	1 persona	1 persona	1 persona	110 a 150 comensales por día	30 a 40 clientes por día	110 a 150 comensales por día.
El Rincón de las Chicas	Métodos de cobro, en Bs, divisas, punto de venta, pago móvil, transferencias.	1 persona		1 persona	60 comensales por día		120 comensales por día.
La Casa de los Mostricos	Métodos de cobro, en Bs, divisas, punto de venta, pago móvil, transferencias.	2 personas		2 personas	20 a 30 comensales por día		40 a 50 comensales por día.
La Nota	Métodos de cobro, en Bs, divisas, punto de venta, pago móvil, transferencias.	1 persona		1 persona	30 comensales diarios		30 comensales diarios.

Nota. Elaborado a partir de información recabada.

En cuanto a las actividades de despedida del cliente, la misma es realizada por la misma persona que realiza el cobro, ello ocurre en el 50% de los establecimientos en los cuales al cliente se le cobra al final de su consumo; mientras que las labores de limpieza es realizada por la persona que tomó el pedido (mesonero). En el 50% de los establecimientos restantes, en los cuales el cliente se debe acercar al mostrador para solicitar su consumo y pagar antes del mismo, la despedida y las labores de limpieza, son realizadas por aquellos empleados que estén más próximos físicamente al cliente y estén desocupados para hacerlo. Dentro de este último 50%, se halló que en el establecimiento que opera en la feria de comida, no existen labores de despedida dado que se pierde contacto con el cliente tan pronto como este termine su consumo, excepto que dicho cliente se acerque a reportar alguna eventualidad o anomalía en el servicio. Estos procesos fueron previos y posteriores al periodo de cuarentena radical por Covid-19, dado que durante la cuarentena los dos establecimientos que se mantuvieron operativos, las rutinas de despedida y de limpieza fueron realizadas por la misma persona encargada de tomar el pedido, y realizar el cobro, de forma personal o telefónicamente, dada la baja afluencia de clientes y la reducción de personal durante dicho periodo en el establecimiento.

En cuanto a las actividades especiales, por reservaciones, celebraciones y eventos, se encontró que de los ocho (08) establecimientos estudiados, dos (02) prestan dicho servicio a través de sistema de reservaciones (25%), este es el caso de McDonald's y La Nota. El primero, presta el servicio por reservaciones para celebraciones infantiles, donde el responsable del evento (cliente) debe indicar la fecha y la hora de dicha celebración, para cancelar el consumo de cada persona que asista a la celebración; para este tipo de actividades, aunque son de poca frecuencia (en promedio dos mensuales), el establecimiento cuenta con empleados que cumplen la función de anfitriones durante la celebración. Igualmente, el segundo establecimiento, que presta el servicio a través de reservaciones, sigue el mismo procedimiento con la diferencia de que las celebraciones no son únicamente infantiles, sino para diferentes tipos de eventos, pese a ellos dichos eventos no son

muy frecuentes. Estos procedimientos y características, fueron así antes de la pandemia por Covid-19, luego de la misma este servicio sigue disponible en ambos establecimientos pero sin haber prestado ninguno al momento de hacer la entrevista.

Otro 25% de los establecimientos entrevistados, prestan el servicio de celebraciones y eventos especiales de forma diferente; este es el caso de El rincón de las Chicas, y La Casa de los Mostricos. Estos servicios, que no son tan recurrentes, comenzaron a ser prestados luego de la pandemia por Covid-19; en uno de estos establecimientos se ofrece el servicio de preparar la comida rápida para la celebración, sin prestar el servicio de consumo en el local, involucrando solo a su dueño como encargado de la preparación. En el otro establecimiento, pese a que prestan el servicio para el consumo en el local, lo hacen sin hacer reservación, de tal manera que al llegar al establecimiento un grupo de clientes que ocupe la mayoría de mesas para hacer una reunión especial (cumpleaños o evento) el dueño procede a cerrar el local, hasta que termine la reunión y el consumo; en este proceso se involucran todos los empleados.

En cuanto al procedimiento del servicio a domicilio (*Delivery*), se evidenció que el servicio, es prestado por el 100% de los establecimientos luego de la cuarentena radical por Covid-19; el 50% de los establecimientos, promocionan el servicio, toman el pedido del cliente y lo cobran a través de aplicaciones móviles (App); en 25% de los establecimientos el servicio de entrega es realizado por su propio dueño, y solo el 12,5% contratan personal externo para hacer dicha entrega, mientras que el 12,5% restante posee el personal encargado para realizarlas. Sobre el personal involucrado en tales operaciones, el mismo ha permanecido constante antes y luego de la cuarentena radical por Covid-19, el mismo oscila entre 1 y 3 personas, para el 62,5% de los establecimientos. Respecto a la frecuencia de la prestación del servicio, el 50% de establecimientos estudiados han mantenido la cantidad de servicios *delivery* por día, solo el 25% de los establecimientos ha experimentado un incremento en los mismos, dado que no prestaba el servicio (ver Tabla 14).

Tabla 14 Servicio de *delivery* de los establecimientos estudiados

	Delivery	Personal involucrado			Cantidad de Operaciones		
		antes	durante	después	antes	durante	después
Alimentos Rostack	Hacen uso de app.	1 persona	1 persona	1 persona	5 pedidos por día	10 pedidos por día	5 pedidos por día
Rosticería Gaetano Café Restaurant	Hacen uso de app.	1 persona		1 persona	8 pedidos por día		8 pedidos por día
Uao Burguer	El servicio lo hace el dueño.			2 persona			Esporádico
Mc Donald's	Hacen uso de app.			1 persona			10 a 12 pedidos a la semana
Heladería y Restaurante Copitos	Hacen uso de app.	1 persona	1 persona	1 persona	5 pedidos por día	12 pedidos por día	5 pedidos por día
El Rincón de las Chicas	El servicio lo hace el dueño, y solo cuando tiene eventos.			1 persona			Esporádico
La Casa de los Mostricos	El servicio lo presta una persona externa al establecimiento.	2 personas		2 personas	4 a 5 pedidos por semana		4 a 5 pedidos por semana
La Nota	Cuentan con el personal para tal fin.	3 personas		3 personas	4 pedidos por día		7 pedidos por día

Nota. Elaboración a partir de información obtenida en la entrevista.

Efecto de la pandemia por Covid -19 en la estructura de costos de los servicios de comida rápida

Para un establecimiento gastronómico es importante determinar los costos y gastos de manera precisa, dada la existencia de una serie de conceptos y costos indirectos, los cuales, aunque no son cuantiosos pueden ser generadores de variaciones importantes en la utilidad del establecimiento.

El 87,5% de los establecimientos conoce el costo y la ganancia obtenida con la venta de cada uno de los platillos y/o servicios que ofrecen; adicionalmente manifestaron que, para calcular el costo de los platillos, hacen uso de recetas estandarizadas. Estas características son comunes para la mayoría de establecimientos a excepción de uno (12,5%), denominado McDonald's manejado como franquicia, en cual sus costos son calculados a partir del promedio de las ventas mensuales, y son determinados desde su sede principal en Caracas; en este caso, el establecimiento estudiado no maneja estructura de costos por que sus niveles de precios y otras decisiones le son notificados desde la sede principal.

Sobre el comportamiento de los costos de prestación del servicio, la mayoría de entrevistados coincidieron en que el nivel de costos de los alimentos y servicios se ha incrementado luego de la cuarentena por Covid-19. Específicamente, el 37,5% de los entrevistados manifestó que dicho incremento fue entre el 15% y el 40%, mientras que otra porción del 37,5% manifestó que no tenía una estimación sobre la proporción exacta del incremento. Solo uno de los establecimientos (12,5%) manifestó que sus costos no habían sufrido incremento y otro 12,5% no contaba con la información al respecto (ver Gráfico 11).

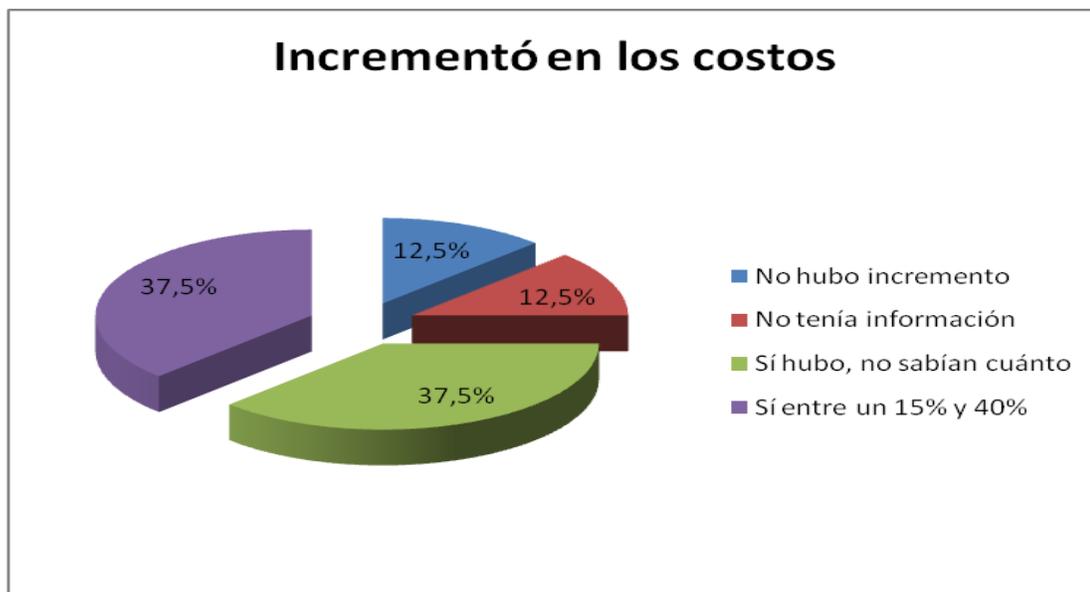


Gráfico 11. Comportamiento de los costos de los alimentos y servicios ofrecidos en los establecimientos de comida rápida ubicados en el casco central del municipio Libertador del estado Mérida, Venezuela. Elaborado a partir de la información obtenida en la entrevista.

www.bdigital.ula.ve

Sobre el comportamiento específico de cada concepto que compone la estructura de costos del establecimiento, se pudo conocer que la composición del costo de los alimentos y bebidas usadas para prestar el servicio, es similar para la mayoría de establecimientos y que la misma ha permanecido constante durante el periodo previo y posterior a la cuarentena por Covid-19. Específicamente, para calcular el costo de los alimentos y bebidas usadas, el 100% de los establecimientos manifestó considerar el valor de las compras realizadas en dichos conceptos, al igual que el costo de los envases, envoltorios y vajillas desechables; otros conceptos como las devoluciones y descuentos en compras es considerado por el 62,5% de los entrevistados; mientras que las mermas y desperdicios, los fletes, los traslados y las manipulaciones de materiales son consideradas en el 87,5% de los establecimientos, por cuanto el 12,5% de los entrevistados no incurren en dichos conceptos. Es importante destacar que durante la pandemia por Covid-19, solo los dos establecimientos que permanecieron activos, indicaron la existencia de algunos de

estos conceptos en su estructura de costos; igualmente conviene señalar que la información anterior fue recabada para la totalidad de establecimientos estudiados, pues aun cuando el establecimiento que manifestó tener la figura de franquicia, y que no calculaba su nivel de costos, si tiene la obligación de considerar cada concepto de costos para ser notificado a la sede principal (ver Tabla 15).

Tabla 15 Comportamiento de los costos de los alimentos y bebidas incurridos en los establecimientos estudiados

Costos de los alimentos y bebidas usadas	Antes de la pandemia Covid-19	Durante la pandemia Covid-19	Después de la pandemia Covid-19
Alimentos y bebidas a ser usados	100%	25%	100%
Devoluciones y descuentos en alimentos y bebidas	62,5%	---	62,5%
Mermas y desperdicios	87,5%	25%	87,5%
Manipulación, fletes y traslados	87,5%	25%	87,5%
Envases y envoltorios de alimentos (vajillas desechables y servilletas)	100%	25%	100%

Nota. Elaborado a partir de la información obtenida en la entrevista.

Respecto a los costos de mano de obra, se halló que el 100% de los establecimientos estudiados, incurren en costos por concepto de salarios, de uniformes, implementos de seguridad e higiene laboral (botas, guantes, gorros lentes, etc.), y aportes parafiscales o de seguridad; el 87,5% considera además los costos de los alimentos y bebidas consumidos por los trabajadores; y el 62,5% incurre en bonos y primas para sus trabajadores. Estos conceptos son incurridos por los establecimientos, antes y después de la cuarentena radical por Covid-19. Durante la pandemia por Covid-19, ninguno de los establecimientos incurrió en costos asociados a mano de obra, dado que no estuvieron operativos y prescindieron de su personal; a excepción de dos establecimientos que estuvieron operativos y un tercer establecimiento que, bajo la figura de franquicia (McDonald's), estuvo en

funcionamiento conservando la figura del gerente para visitar el establecimiento durante los meses de cuarentena y realizar la inspección y la limpieza del lugar. Estos tres últimos establecimientos representaron el 37,5% de la muestra estudiada (ver Tabla 16).

Tabla 16 Costos de mano de obra incurridos en los establecimientos estudiados

Costos de mano de mano de obra	Antes de la pandemia Covid-19	Durante la pandemia Covid-19	Después de la pandemia Covid-19
Salarios	100%	37,5%	100%
Bonos y primas	62,5%	37,5%	62,5%
Uniformes, implementos de seguridad e higiene laboral (botas, guantes, gorros lentes, etc.)	100%	37,5%	100%
Alimentos consumidos por los trabajadores	87,5%	37,5%	87,5%
Seguridad social (aportes parafiscales)	100%	37,5%	100%

Nota. Elaborado a partir de la información obtenida en la entrevista.

En cuanto a los costos generales, la mayoría de establecimientos incurre en costos de mantenimiento de instalaciones, equipos y lencería no descartable (87,5%), y en servicios públicos (75%). Otra proporción considerable de establecimientos (50%) incurre en alquileres y depreciación del local, en depreciación de equipos, instalaciones, utensilios de cocina, mantelería y vajillas no descartables, y costos de ambientación. Conviene señalar que no todos los establecimientos incurren en costos generales importantes para el funcionamiento de la empresa (servicios públicos, depreciaciones, alquileres o costos de ambientación), motivado a varias causas; la primera, se debe a que la gerencia de uno de los establecimientos manifestó que los costos generales en su totalidad son considerados como gastos operativos, y no como costo del producto y servicio prestado, para no incrementar excesivamente el costo del mismo y sus precios de ventas, lo que podría deprimir aún más su nivel de ventas;

en segundo lugar, en otro caso, la gerencia de otro de los establecimientos manifestó que los costos de ambientación y algunos servicios públicos, son incurridos por el centro comercial donde funciona el establecimiento. La ausencia de depreciaciones se debe presumiblemente a la finalización de la vida útil, de los bienes muebles (equipos y utensilios de cocina y vajillas), e inmuebles (locales) utilizados y que continúan operativos; en otros casos posiblemente la ausencia de depreciaciones de vajillas y mantelería se debe al uso de vajillas y manteles descartables, considerados como parte del costo de los alimentos (ver Tabla 17).

Tabla 17 Costos generales del servicio incurridos en los establecimientos estudiados

Costos generales	Antes de la pandemia Covid-19	Durante la pandemia Covid-19	Después de la pandemia Covid-19
Depreciación utensilios de cocinas, mantelería y vajillas no descartables	50%	---	50%
Depreciación de instalaciones y equipos	50%	---	50%
Artículos de limpieza	87,5%	25%	87,5%
Ambientación (decoración y música)	50%	25%	50%
Alquileres	50%	25%	50%
Mantenimiento de instalaciones, equipos y lencería no descartable	87,5%	25%	87,5%
Servicios públicos	75%	25%	75%

Nota. Elaborado a partir de la información recaudada en la entrevista.

Sobre los gastos operativos, se halló que la mayoría de establecimientos incurren en servicios públicos asociados a las actividades de administración y ventas, alquileres y servicios jurídicos y contables. Buena parte de los establecimientos (62,5%) no incurren en gastos de publicidad y propaganda, dado que usan redes

sociales para promocionar y comercializar sus servicios; otros no incurren en gastos de alquiler de local (25%) dado que operan en local propio.

Es destacable que los servicios públicos y los alquileres de locales no son considerados por todos los establecimientos como parte de los costos del producto y de los gastos operativos, de manera proporcional, los gastos por intereses y comisiones bancarias son consideradas como gastos operativos, por buena parte de los establecimientos, lo cual constituyen deficiencias en la estructuración de costos; igualmente, uno de los establecimientos manifestó que la totalidad de gastos operativos son registrados como gastos fijos, alegando que ello incrementaría los precios de los productos y servicios vendidos, lo cual refleja desconocimiento de una estructuración de costos adecuada. Otra deficiencia hallada está asociada a los gastos de alquileres, los cuales son fijos y han debido ser reportados en los establecimientos durante el periodo de pandemia por la misma proporción (ver Tabla 18).

Tabla 18 Costos generales del servicio incurridos en los establecimientos estudiados

Gastos operativos	Antes de la pandemia Covid-19	Durante la pandemia Covid-19	Después de la pandemia Covid-19
Sueldos de supervisor o gerentes	62,5%	13,5%	62,5%
Sueldo de administrador	37,5%	13,5%	37,5%
Servicios contables y jurídicos	75%	13,5%	75%
Intereses y comisiones bancarias	50%	--	50%
Alquiler del local	75%	13,5%	75%
Servicios públicos	87,5%	13,5%	87,5%
Suministros de oficina y de facturación	50%	13,5%	50%
Mantenimiento de equipos y mobiliario de oficina	37,5%	13,5%	37,5%
Publicidad y propaganda (manejo de redes sociales)	37,5%	13,5%	37,5%

Nota. Elaborado a partir de la información obtenida de la entrevista.

Pese a que, al momento de recolectar la información, último trimestre del año 2022, se han visto disminuidos los contagios por coronavirus, y que aún a la fecha la OMS no ha declarado la finalización de la pandemia, los establecimientos aún siguen haciendo esfuerzos para el control de Covid-19, con los correspondientes gastos por bioseguridad. Estos gastos, ocasionados por los protocolos impuestos para la prevención de la propagación del Covid-19, al ser medidos en términos monetarios pueden representar una variación considerable en los resultados económicos de los establecimientos estudiados.

En este sentido, la mayoría de los establecimientos entrevistados incurrió en los protocolos mínimos de seguridad para la prevención del Covid-19, como son el uso de alcohol o gel antibacterial, del jabón y termómetro, para clientes y empleados; a los clientes se les tomó la temperatura y se desinfectaban sus manos antes de entrar al establecimiento. La mayoría de establecimientos, entre el 100% y 75%, utilizaron todos los protocolos de seguridad para sus empleados, tales como el uso de mascarillas, guantes, caretas, hipoclorito, además de las mencionadas. Sobre la contabilización de estos costos, se halló que la totalidad de establecimientos entrevistados los consideran como costo del periodo, es decir, como gastos operativos, a excepción de uno de los establecimientos (12,5%) en el cual el costo de las servilletas y toallas se considera como costo del producto y servicio prestado, y por tanto imputado como parte de costo del platillo servido (ver Tabla 19).

Tabla 19 Costos de bioseguridad incurridos en los establecimientos estudiados

Costos de bioseguridad	Para el cliente	Para el empleado	Costos del producto	Gastos operativos
Mascarillas	---	100%	---	100%
Guantes	---	87,5%	---	87,5%
Caretas	---	87,5%	---	87,5%
Alcohol o antibacterial	100%	100%	---	100%
Jabón	75%	100%	---	100%

Costos de bioseguridad	Para el cliente	Para el empleado	Costos del producto	Gastos operativos
Servilletas y toallas	50%	87,5%	12,5%	75%
Termómetro	50%	87,5%	---	87,5%
Hipoclorito	12,5%	75%	---	87,5%
Cabina de desinfección	---	---	---	---

Nota. Elaborado a partir de la información obtenida en la entrevista.

Sobre las actividades de limpieza y desinfección, y los costos asociados a las mismas, también se vieron afectadas a consecuencia de la pandemia por Covid-19. Un poco más de la mitad de estos establecimientos (62,5%) afirman que se incrementaron las actividades de limpieza y desinfección de espacios, mobiliarios y utensilios como consecuencia de la pandemia; específicamente, el 25% de los establecimientos mencionaron que el incremento estuvo entre un 10% y un 30%, mientras que otro 25% coincidieron que el aumento fue del 50%, y un establecimiento puntualizó que el incremento fue del 70%. Para el 37,5% de los establecimientos estudiados coincidieron que no hubo incremento en estas actividades (ver Gráfico 12).

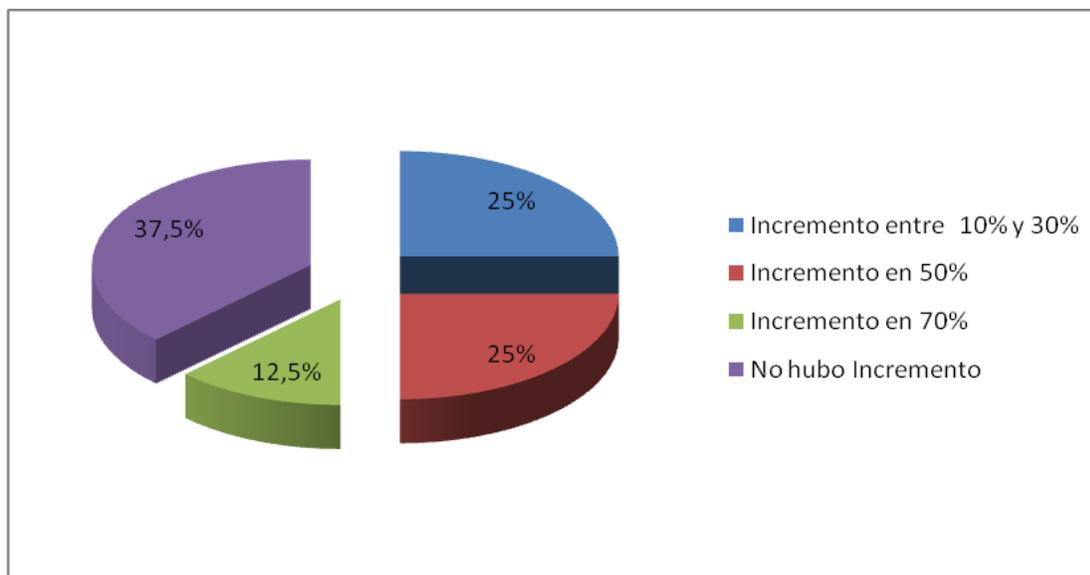


Gráfico N° 12. Aumento en las actividades de limpieza y desinfección en establecimientos de comida rápida ubicados en el casco central del municipio Libertador del estado Mérida, Venezuela. Elaborado a partir de la información obtenida en la entrevista.

www.bdigital.ula.ve

Un último efecto de la pandemia sobre la operatividad de los establecimientos, su estructura de costos y margen de rentabilidad, fue que a juicio de los entrevistados, como consecuencia de la pandemia se han generado una gran cantidad de emprendimientos, como entidades informales, los cuales representan una gran competencia de precios al excluir de su estructura de costos algunos conceptos importantes e imprescindibles para los restaurantes de comida rápida ya constituidos, además de otorgar a sus clientes el servicio de *delivery* gratis. Todo ello dificulta la normalización de las operaciones y en especial el margen de rentabilidad de los establecimientos de comida rápida.

Efecto de la pandemia por Covid-19 en la estructura de costos de calidad del servicio de comida rápida

Considerar los costos de calidad en los establecimientos gastronómicos de comida rápida es fundamental para la fidelización de los clientes, puesto que la

similitud de la oferta de alimentos los convierte en servicios fácilmente sustituibles entre sí; por ello además de brindar una buena comida, se debe brindar una excelente calidad en el servicio. Es decir, ofertar una grata experiencia para alcanzar la recomendación y el favoritismo o repetición del consumo de manera frecuente. Por ello, en la entrevista se indagó sobre la identificación y contabilización de los costos asociados a la calidad del servicio, y se pudo determinar que en la mayoría de establecimientos contabilizan los costos asociados a la calidad del servicio (62,5%), mientras que el 37,5% restante no reconocen dichos costos.

En cuanto a los costos generados por entrenamiento del nuevo personal, se encontró que en su mayoría no incurren en costos por entrenamiento, ya que el mismo es realizado por el dueño del establecimiento o en su defecto por el gerente y/o encargado. Igualmente, sobre la verificación de la satisfacción del cliente, se encontró que en el 100% de los establecimientos no se incurre en dicho costo, ya que el método que utilizan para saber si el cliente está a gusto, es que la persona encargada de atenderla al finalizar el servicio le preguntaba si estuvo conforme tanto con la atención como con la comida (ver Tabla 20).

Respecto la contabilización de la materia prima dañada o vencida, se encontró que el 75% confirmaron reconocer y contabilizar dicho costo, mientras que el 25% restante no incurren en ello debido al cuidado que mantienen en el manejo de materiales e insumos, y cuando ocurren estos daños es una pérdida insignificante no considerada en la contabilidad de la empresa (ver Tabla 20).

En cuanto a los costos generados por platillos rechazados por el cliente, se encontró que solo el 12,5% manifestó que contabilizaban estos costos. Así mismo se determinó que en la totalidad de establecimientos estudiados (100%) no contabilizan costos asociados a la pérdida de clientes por no contar con disposición de algún platillo (ver Tabla 20). Se podría asumir que esto ocurre debido a que dicho costo no es algo fácil de determinar, que podría ser considerado como un costo oculto; en otras oportunidades, sucede lo mismo que con las materias prima, por cuanto que en la

mayoría de establecimientos manifestaron que son cuidadosos al momento de tomar el pedido, y preparar la orden como la requirió el comensal. Así mismo manifestaron que procuran mantener la totalidad de su oferta de alimentos, y por ello difícilmente ocurra pérdida de cliente por falta de disponibilidad.

Sobre el uso de congeladores, refrigeradores o a fines, se encontró que en la totalidad de los establecimientos cuentan con dichos equipos (100%), debido al cumplimiento de la cadena del frío que sus productos requieren lo cual evita a su vez los costos de los materiales e insumos dañados (ver Tabla 20).

Tabla 20 Actividades y costos de la calidad en los establecimientos estudiados

Actividades y costos de calidad incurridos	SI	NO
¿La empresa mide los costos asociados a la calidad de su servicio?	62.5%	37.5%
¿La empresa cuenta con entrenamiento para sus nuevos empleados?	87.5%	12.5%
¿La empresa cuenta con personas que verifiquen que las necesidades del cliente son cubiertas?	---	100%
¿De ser negativa la pregunta anterior, tienen un método de saber que el cliente está satisfecho con el servicio?	100%	---
¿La empresa contabiliza las materias primas que se dañan por manipulación inadecuada, vencimiento, derramada, dañada, u otro evento donde deje inservible la materia prima o insumos?	75%	25%
¿La empresa contabiliza los platillos que son rechazados por el cliente? (confusión de comandas, toma errónea de pedido, comida rechazada)	12.5%	87.5%
¿La empresa contabiliza los clientes perdidos por no tener algún platillo de la carta o menú?	---	100%
¿Cuentan con congeladores, cuartos fríos de requerirse, para mantener la cadena de frío de los productos que necesiten estar congelados, o a bajas temperaturas?	100%	---

Nota. Elaborado a partir de los datos obtenido en la entrevista.

En el marco de la calidad del servicio y con miras a su incremento, es relevante analizar la estructuración de los costos asociados a los costos de calidad del servicio en los establecimientos estudiados.

Durante la entrevista se constató que la mayoría de establecimientos incurren en costos asociados a la calidad, con un comportamiento creciente en cada uno de ellos. Específicamente, en lo concernientes a los costos de prevención, el 100% de los establecimientos incurren en costos asociados a la preparación y revisión de máquinas, reemplazo de uniformes y piezas de maquinarias, y mantenimiento preventivo de instalaciones; el 75% de los entrevistados manifestaron incurrir en costos de limpieza; solo una pequeña proporción manifestó incurrir en costos de selección, inducción (37,5%) y capacitación de personal (25%), así como en costos de descarte de materiales y suministros de cocina (12,5%) e investigación de mercado (25%). Ninguno de los establecimientos indicó haber incurrido en costos de almacenamiento de alimentos e insumos, así como en registros y base de datos de sus clientes (ver Tabla 21).

Sobre la generación de los costos de selección, inducción y capacitación del personal, una parte importante de establecimientos manifestaron que por ser empresas familiares, la mayoría de labores o los cargos son ejercidos por su propio dueño y sus familiares, tal como se indicó en la Tabla 19, por lo que las actividades selección, inducción y capacitación de su personal no genera ningún costo. Tal característica es contraproducente puesto que una gestión adecuada las actividades de capacitación, junto con las de limpieza, registro de datos de sus clientes y almacenamiento de alimentos e insumos, deberían ser actividades triviales.

En cuanto a los costos de evaluación, la mayoría de establecimientos manifestó incurrir en costos de inspección de materiales, productos, procesos e instalaciones (87,5%), vigilancia (75%) y supervisión de empleados y de cumplimiento de diseños y estándares (87,5%), de manera creciente. Solo en uno de los establecimientos (12,5%) no reconocen estos costos adicionalmente porque las labores de supervisión, inspección y vigilancia son realizadas por su propietario;

igualmente otro de los establecimientos (12,5%) manifestó que las labores de vigilancia son ejercidas por el personal del centro comercial donde está ubicado (ver Tabla 21).

Respecto a los costos asociados a las fallas internas, se conoció que en el 100% de los establecimientos incurren en costos de Mantenimiento correctivo de instalaciones y equipos, y en una gran parte (75%) en materiales desperdiciados. Apenas entre el 25% y el 32,5% incurren en costos asociados a su planta eléctrica, al ausentismo laboral, y a productos dañados. Lo anterior se debe a que la mayor parte de establecimientos no poseen planta eléctrica, y a que la mayoría alegan en no incurrir en productos dañados y en reprocesamiento de platos defectuosos, por cuanto tratan en lo posible de evitar dichas fallas y así evitar inutilizar sus materias primas (ver Tabla 21).

Sobre los costos por fallas externas, se conoció que solo el 50% y el 37,5% de los establecimientos, incurren en costos por obsequios e indemnizaciones, y en registro y procesamiento de reclamos de clientes, respectivamente; una minoría consideran los costos por clientes insatisfechos y descuentos especiales para recuperar el servicio (25%) y tiempo de espera de los clientes (12,5%). Lo anterior se debe a los esfuerzos realizados por la mayoría de establecimientos para no incurrir en fallas externas de sus servicios (ver Tabla 21).

Tabla 21 Estructura y comportamiento de los costos de calidad de los establecimientos de comida rápida estudiados

COSTOS DE PREVENCIÓN:	Antes de la pandemia por Covid-19	Durante la pandemia por Covid-19	Después de la cuarentena radical por Covid-19	Comportamiento creciente:
Selección e inducción del personal	37,5%	--	37,5%	Creciente
Capacitación del personal	25%	--	25%	Creciente
Limpieza	75%	--	75%	Creciente
Preparación y revisión de máquinas	100%	--	100%	Creciente
Reemplazo de uniformes y piezas de maquinarias	100%	--	100%	Creciente
Diseño y actualización de diseños	37,5%	--	37,5%	Creciente
Investigación de mercados	25%	--	25%	Creciente
Mantenimiento preventivo de instalaciones	100%	--	100%	Creciente
Almacenamiento de alimentos y demás insumos	--	--	--	--
Registro de clientes (entrada y salida)	--	--	--	--
Base de datos del servicio y de clientes	--	--	--	--
Descarte de materiales y suministros de cocina	12,5%	--	12,5%	Creciente
COSTOS DE EVALUACIÓN:	Antes de la pandemia por Covid-19	Durante la pandemia por Covid-19	Después de la cuarentena radical por Covid-19	Comportamiento creciente:
Inspección de materiales, productos, procesos e instalaciones	87,5%	--	87,5%	Creciente
Supervisión de trabajadores	87,5%	--	87,5%	Creciente
Supervisión del cumplimiento de diseños o estándares de cocina	87,5%	--	87,5%	Creciente
Servicios de vigilancia	75%	--	75%	Creciente

COSTOS DE FALLAS INTERNAS:	Antes de la pandemia por Covid-19	Durante la pandemia por Covid-19	Después de la cuarentena radical por Covid-19	Comportamiento creciente:
Servicio de planta eléctrica	37,5%	--	37,5%	Creciente
Mantenimiento correctivo de instalaciones y equipos	100%	--	100%	Creciente
Materiales desperdiciados	75%	--	75%	Creciente
Ausentismo	25%	--	25%	Creciente
Extravíos de utensilios, pérdidas de suministros	--	--	--	--
Productos dañados y reprocesamiento de Platos defectuosos	25%	--	25%	--
COSTOS DE FALLAS EXTERNAS:	Antes de la pandemia por Covid-19	Durante la pandemia por Covid-19	Después de la cuarentena radical por Covid-19	Comportamiento creciente:
Descuentos especiales por recuperación del servicio	25%	--	25%	Creciente
Obsequios e indemnizaciones	50%	--	50%	Creciente
Demandas legales	--	--	--	Creciente
Tiempo de espera para el cliente	12,5%	--	12,5%	Creciente
Clientes insatisfechos	25%	--	25%	Creciente
Registro y procesamiento de reclamos de clientes	37,5%	--	37,5%	Creciente

Nota. Elaborado a partir de la información obtenida en la entrevista.

Estrategias y acciones de administración de costos de calidad en los establecimientos de comida rápida

Previo a cualquier intento por analizar y desarrollar estrategias y acciones congruentes para la optimización de costos de calidad, es importante mostrar algunos datos recolectados sobre el proceso operativo de los establecimientos estudiados a

partir del guion de observación, como actividades asociadas a la prevención de fallas en los establecimientos.

Sobre la aplicación de las condiciones estipuladas por el Servicio Autónomo de Contraloría Sanitaria (SACS), del Ministerio de Sanidad y Asistencia Social, en lo referente al uso de utensilios de cocina, el espacio, la limpieza, y luminosidad del mismo, el área de cocina no fue posible observar la misma no estaba a la vista, a excepción de uno solo de los establecimientos (12,5%) que se podía visualizar, que cumplía con lo estipulado por el SACS.

En lo que respecta al uso de uniformes, la totalidad de establecimientos (100%) hacen uso del mismo, pero en su mayoría incumplen con lo estipulado por la Normas sanitarias ya que hacen uso de colores oscuros en sus uniformes, y algunos de ellos poseen accesorios (botones, cierres) que pueden caer dentro de los alimentos al momento de ser preparados o servidos. Así mismo, se observó que en la mayor proporción de establecimientos (75%) hacen uso de bisuterías y/o joyas, incumpliendo las normas dictadas por SACS. Contrariamente, la mayoría de establecimientos estudiados (100%), coinciden en el uso de uñas cortas y sin esmaltado, así como en el uso de cabello corto o recogido, en el caso de las damas, y en el uso de calzado cerrado y adecuado para el desempeño de las labores, según lo dicta la norma sanitaria. En la totalidad de los establecimientos, no se observó actitudes antihigiénicas en el personal al momento de la visita (tocarse la boca, nariz, ojos; o meterse los dedos en oídos, nariz, boca).

En lo que respecta a las condiciones del establecimiento, se pudo observar que en un 75% de establecimientos no cuentan con aire acondicionado, lo que genera la concentración de calor emanado de la cocina y un ambiente caluroso para los comensales. En la mayoría de establecimientos no se pudo visualizar el uso de extractores de aire. Sobre la iluminación y la permisología sanitaria, se observó que en todos los establecimientos (100%) la iluminación es acorde al espacio; por el contrario, la permisología sanitaria, que debería ser visible, en la mayoría de establecimientos (62,5%) estaba ausente en su cartelera informativa, solo el 37,5% de

establecimientos disponen de una cartelera informativa que hace visible los permisos sanitarios correspondientes a sus empleados y a la empresa.

Sobre la cantidad de espacio, se pudo observar que la mayoría de establecimientos cuentan con el espacio adecuado, solo en el 25% de establecimientos se observó con condiciones inadecuadas, al ser el mismo muy pequeño para la cantidad de empleados o para la cantidad de comensales que atienden.

Sobre las acciones y esfuerzos realizados frente a la pandemia, aun cuando ninguna empresa estuvo preparada para enfrentar los cambios tan abruptos ocasionados por la pandemia por Covid-19, se halló que en los establecimientos estudiados hacen lo posible por adaptarse y sobrevivir ante los mismos. Manifestaron demás estar conscientes de todos los cambios negativos producidos por la pandemia, y de prestar la atención necesaria para plantear las estrategias que les permitan ayudar a disminuir sus efectos. No obstante, al ser interrogados sobre las estrategias, acciones y decisiones tomadas para la reducción de costos y la optimización de sus servicios, la mayoría respondió que algunas de las prácticas impuestas por la administración, en cuanto a la reducción, sustitución y eliminación de actividades son:

1. Disminución del margen de ganancias, el 25% de los establecimientos manifestó que debieron bajar sus márgenes para poder mantenerse activos.
2. Reducción de desperdicios, para disminuir costos. Solo un 12,5% manifestó aplicar tal práctica.
3. Disminución de algunos aderezos, como la salsa en la mesa de los comensales, la misma es servida en cantidades estimadas por platillo. Esto fue implementado por el 25% de los establecimientos.
4. Disminución de empleados durante la cuarentena, dada la inactividad durante el periodo.

Sobre las actividades de aumento y creación, se halló lo siguiente:

1. Aumento de la calidad en sus platillos y todos los alimentos ofrecidos. Esto fue implementado por el 25% de los establecimientos.
2. Aumento de la calidad del servicio o la atención al cliente. Al igual que lo anterior esto fue aplicado por el 25% de los establecimientos.
3. Actividades de innovación en sus platillos, lo cual fue aplicado por en 12,5% de los establecimientos.
4. Oferta de platillos en combos, para incentivar el consumo de sus productos. Esta estrategia fue aplicada por el 25% de los entrevistados.
5. Incremento de publicidad a través de redes sociales. El 37,5% de los establecimientos estudiados aplicaron estos esfuerzos.

Es importante señalar, que las anteriores acciones y esfuerzos desarrollados en los establecimientos estudiados, no se adecuan propiamente a la administración de costos de calidad, por cuanto en dichos establecimientos no se desarrolla un sistema o estructuración de costos de calidad como tal, o al menos ser conscientes de dicha estructura; por el contrario, muchas acciones descritas han sido desarrolladas de manera espontánea por cada establecimientos como maniobras para tratar de adaptarse a los cambios impuestos por la pandemia por Covid-19, y sobrevivir.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES

A continuación, se presentan las conclusiones generadas a partir de los resultados mostrados en el capítulo anterior, seguidas de las recomendaciones pertinentes para los establecimientos de comida rápida ubicados en el casco central de la ciudad de Mérida, y de las futuras líneas de investigación en temas relacionados con lo expuesto en esta investigación.

Se determinó que los establecimientos estudiados, y participantes en el muestreo, en su mayoría son micro y pequeñas empresas, constituidas y administradas por núcleos familiares, el 75% de ellas tienen más de 10 años operando; son pequeñas entidades, por su limitada capacidad de generar empleos y su reducida oferta de menú, el cual no amerita emplear elevado capital humano para su operatividad.

Se trata de empresas familiares que se han mantenido en el tiempo, puesto que aún cuando pudieran ser calificadas como empresas débiles o vulnerables ante las circunstancias por su escaso capital (aportado por los miembros de la familia) y capacidad de trazar las estrategias acertadas ante las contingencias, son empresas de alta flexibilidad y capacidad de adaptación, y por tanto de mayor resistencia ante las recesiones; de hecho el 100% de los establecimientos estudiados, estuvieron activos previo a la pandemia y activaron sus operaciones una vez finalizada la cuarentena radical, solo el 25% de estas permanecieron activas durante la cuarentena radical por Covid-19 operando con el personal mínimo (miembros del mismo grupo familiar), y

prestando servicio a domicilio. Estos últimos servicios se incrementaron, y aún cuando fueron prestados por la mayoría de establecimientos, previo a la pandemia por Covid-19, fueron adoptados por el 100% de ellos posterior a la pandemia, como alternativa para agregar valor a los productos ofrecidos ante las deprimidas ventas que decrecieron entre un 80 y 90%, para los establecimientos que permanecieron activos durante la cuarentena radical.

La fuerte contracción de ventas y cantidad de comensales atendidos, experimentado durante la cuarentena radical por Covid-19, y luego de la misma, ocasionó la disminución de actividades asociadas al abastecimiento, recepción, desembarque y almacenamiento de insumos, medidos en cantidades y en frecuencia, así como el personal encargado de ello. Otros efectos de la pandemia por Covid-19, además de la drástica reducción de personal durante la cuarentena radical y la reducción de ventas, fue la reducción del horario, el incremento en la recepción del pago electrónico (pago móvil o aplicaciones *App*) y la incorporación de las medidas de bioseguridad; estas últimas medidas cambiaron gran parte los procedimientos de recepción del cliente y recepción de su pedido, así como la frecuencia de las operaciones de limpieza y desinfección, y de los costos involucrados en las mismas.

Otra circunstancia adversa que atraviesan los establecimientos de comida rápida estudiados, a consecuencia de la pandemia por Covid-19, es la proliferación de gran cantidad de emprendimientos gastronómicos, las cuales como entidades informales representan una gran competencia de precios, lo cual dificulta en buena medida la normalización de las operaciones del sector y en su lugar induce a la adaptación y a la innovación.

Sobre la estructura de costos y su comportamiento, la mayoría de establecimientos conoce el costo y la ganancia obtenida con la venta de cada uno de los platillos y/o servicios ofrecidos, mediante el uso de recetas estandarizadas; coinciden en que el nivel de costo de los alimentos y bebidas usadas, de mano de obra y de costos generales, se ha incrementado luego de la cuarentena por Covid-19, a

excepción de los costos de mano de obra, los cuales disminuyeron a cero durante la cuarenta radical por Covid-19 para la mayoría de establecimientos, debido a la drástica reducción de personal experimentado.

Entre los conceptos considerados por la mayoría de establecimientos como costo de los alimentos y bebidas usadas destacan el valor de las compras realizadas en dichos conceptos, el costo de los envases, envoltorios y vajillas desechables, las devoluciones y descuentos en compras, las mermas, los desperdicios, los fletes, los traslados y las manipulaciones de los materiales. Como parte de los costos de mano de obra consideran los salarios, los uniformes, los implementos de seguridad e higiene laboral, los aportes parafiscales o de seguridad laboral, el valor de los alimentos y bebidas consumidos por los trabajadores, y los bonos y primas de los trabajadores; mientras que como parte de los costos generales la mayoría de establecimientos consideran el mantenimiento de las instalaciones, los equipos y la lencería no descartable, los servicios públicos, los alquileres, la ambientación y la depreciación del local, de los equipos, instalaciones, utensilios de cocinas, mantelería y vajillas no descartables.

Es de resaltar que en una buena parte de los establecimientos, se hallaron deficiencias en cuanto a su estructuración de costos. Por ejemplo, en uno de los establecimientos la totalidad de costos generales del servicio son contabilizados como gastos operativos y no costos de producto y/o servicio prestado; otros no hacen una distribución proporcional de los costos por servicios públicos y los alquileres entre las áreas operativas y las de prestación de servicio, que permita realizar una imputación adecuada como un costo del producto y/o servicio prestado y un gasto operativo; tampoco consideran los intereses bancarios y las comisiones como parte de los egresos financieros. En estos establecimientos los gerentes son conscientes de tales deficiencias, y les preocupa que al practicar una clasificación y asignación correcta a los costos del producto y/o servicio se incremente excesivamente el precio de venta, atentando con el crecimiento y la recuperación de sus deprimidas ventas, en desventaja frente a todos los emprendimientos gastronómicos proliferados por el

efecto de la pandemia por Covid-19, los cuales omiten una gran cantidad de costos y gastos a diferencia de los establecimientos estudiados y constituidos como empresas formales.

En lo que respecta a los costos asociados a la calidad del servicio, pese a que la gran mayoría de establecimientos reconocen incurrir en costos asociados a la prevención, evaluación y fallas internas, no reconocen conceptos importantes de como los costos de selección, inducción, capacitación de personal, descarte de materiales y suministros de cocina, almacenamiento de alimentos e insumos, así como los costos asociados a registros y base de datos de sus clientes, a las labores de supervisión, inspección y vigilancia, el ausentismo laboral, los productos dañados y los reprocesamientos. La mayoría de establecimientos tampoco reconocen incurrir en costos asociados a fallas externas (obsequios e indemnizaciones, y en registro y procesamiento de reclamos de clientes, costos por clientes insatisfechos, descuentos especiales para recuperar el servicio y tiempo de espera de los clientes). Lo anterior, podría ser indicativo de una concepción errónea sobre la amplitud del tema de la calidad del servicio y sus costos, al reconocer en su mayoría solo costos de prevención, y no otros costos importantes para la toma de decisiones generados por fallas externas e internas, que podrían ser costos ocultos.

En lo concerniente al desarrollo de estrategias de administración de costos de calidad, se identificaron estrategias y acciones de reducción, eliminación, sustitución, aumento, y creación de actividades, las cuales han sido desarrolladas espontáneamente para tratar de adaptarse a los cambios impuestos por la pandemia por Covid-19, y sobrevivir; pese a que los gerentes son conscientes de que son esfuerzos para fomentar las ventas, aumentar las visitas, la fidelidad de los comensales a sus establecimientos, reducir costos y generar cambios positivos, dichas estrategias no se adecuan propiamente a la administración de costos de calidad, por cuanto en dichos establecimientos no se desarrolla un sistema o una estructuración de costos de calidad como tal.

Finalmente, se puede concluir en que una de las principales características a destacar de los establecimientos entrevistados es el hermetismo relacionado con su administración, debido a su desconfianza, y temor desmesurado a proporcionar información a terceros sobre la operatividad del establecimiento. Tal hallazgo fue a la vez una de las mayores limitaciones del estudio, destacada en el primer capítulo, lo cual limitó a su vez la formulación de las recomendaciones y de las futuras líneas de investigación.

Recomendaciones

En cuanto a la estructuración de los costos de los servicios prestados, se sugiere incorporar al costo de cada platillo una porción de costos generales incurridos en la prestación del servicio, por representar estos un costo indirecto. Tal asignación puede ser realizada a partir de alguna unidad de medida o base de asignación de costos tales como el tiempo de procesamiento del platillo, o cantidad de insumos utilizados. Igualmente se recomienda considerar los intereses y las comisiones bancarias como egresos financieros, en lugar de gastos operativos, y realizar una distribución de algunas erogaciones entre las áreas operativas y las áreas de prestación de servicio (alquileres y servicios públicos), en lugar de considerarlos en su totalidad como gastos operativos. Tales distribuciones y asignaciones, permitirá calcular un costo de prestación del servicio, por cada platillo más acertado para una adecuada toma de decisiones y una fijación de precios que asegure el retorno de la inversión realizada en cada platillo servido.

Dado que usualmente los gerentes requieren información relevante sobre sus costos, para poder garantizar la calidad que satisface los deseos del cliente, y con miras a su reducción e incrementar la calidad de los productos y/o servicios ofrecidos para la competitividad en el mercado, se sugiere el uso de un sistema de costos de calidad, el cual estructure los costos incurridos en el establecimiento para garantizar la satisfacción de sus clientes, y a la vez las pérdidas por su insatisfacción. Dentro de

dicho sistema los costos podrían ser estructurados, según lo señalado en la siguiente tabla, dichos conceptos fueron incurridos y manifestados en la mayoría de establecimientos estudiados (ver Tabla 22).

Tabla 22 Estructura de costos de calidad recomendada para los establecimientos de comida rápida estudiados

COSTOS DE PREVENCIÓN:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Selección e inducción del personal												
Capacitación del personal												
Limpieza												
Preparación y revisión de máquinas												
Reemplazo de uniformes y piezas de maquinarias												
Diseño y actualización de diseños												
Investigación de mercados												
Mantenimiento preventivo de instalaciones												
Almacenamiento de alimentos y demás insumos												
Registro de clientes (entrada y salida)												
Base de datos del servicio y de clientes												
Descarte de materiales y suministros de cocina												
Otros												

COSTOS DE EVALUACIÓN:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Inspección de materiales, productos, procesos e instalaciones												
Supervisión de trabajadores												
Supervisión del cumplimiento de diseños o estándares de cocina												
Servicios de vigilancia												
Otros												
COSTOS DE FALLAS INTERNAS:												
Servicio de planta eléctrica												
Mantenimiento correctivo de instalaciones y equipos												
Materiales desperdiciados												
Ausentismo												
Extravíos de utensilios, pérdidas de suministros												
Productos dañados y reprocesamiento de Platos defectuosos												
Otras												

COSTOS DE FALLAS EXTERNAS:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Descuentos especiales por recuperación del servicio												
Obsequios e indemnizaciones												
Demandas legales												
Tiempo de espera para el cliente												
Clientes insatisfechos												
Registro y procesamiento de reclamos de clientes												
Otras												

Nota. Estructura para registro de los costos de calidad del establecimiento para cada mes del año. Elaborado a partir de la información analizada en la entrevista.

En cuanto a los costos de prevención, se deben considerar los costos de preparación y revisión de máquinas, reemplazo de uniformes y piezas de maquinarias, y mantenimiento preventivo de instalaciones, costos de limpieza incluyendo todos los costos de bioseguridad por Covid-19, costos de selección, inducción y capacitación de personal, descarte de materiales y suministros de cocina, investigación de mercado o sondeos, almacenamiento y refrigeración de alimentos e insumos, así como en registros y base de datos de sus clientes. Los costos de evaluación deben incorporar los esfuerzos por inspección de materiales, productos, procesos e instalaciones, en vigilancia y supervisión de empleados y de cumplimiento de diseños y estándares, pese a que los mismos sean realizados por los propietarios.

Los costos por fallos o por faltas a la calidad, de manera interna y externa, deben incorporar el mantenimiento correctivo de instalaciones y equipos, materiales

desperdiciados, reprocesamiento de productos defectuosos, costos de productos dañados, ausentismo laboral (tiempo o jornada no laborada), registro y procesamiento de reclamos de clientes, devoluciones, obsequios, indemnizaciones y descuentos por reclamos, y costos por clientes insatisfechos y tiempos de espera (estimaciones por ventas perdidas).

Es destacable que gran parte de estos costos son observables y susceptibles de ser contabilizados, como los materiales desperdiciados y los costos por productos dañados pese a los múltiples controles y esfuerzos realizados; mientras que otros son costos ocultos como costos de oportunidad por lo que deben ser estimados y considerados aun cuando no sean muy frecuentes en el establecimiento, tales como los costos por clientes insatisfechos, las ventas perdidas.

Con el apoyo de la anterior estructura de costos y seguimiento de cada concepto la gerencia puede conocer los costos asociados a los esfuerzos realizados para mantener la calidad, es decir, medir monetariamente el impacto tanto de los avances de los programas y esfuerzos en mejoras, como de las faltas o fallas, y la vez en términos económicos determinar las áreas de oportunidad tanto como de las acciones que minimicen los costos como de las estrategias de equilibrio, dado que al incrementarse los esfuerzos de prevención y evaluación se reducen los costos por fallos. Por ejemplo, las actividades de supervisión de cumplimiento de diseños y estándares, de inspección de materiales y de capacitación de empleados, podrían inducir a reducciones de costos por productos dañados, reprocesamientos, pérdida de materiales, costos de reclamos, indemnizaciones, clientes insatisfechos y ventas perdidas. Estas reducciones de costos que realmente son ahorros, podrían fundamentar ante propios y terceros la necesidad de hacer bien el trabajo. De esta manera, se podrían optimizar los esfuerzos por lograr mejores niveles de calidad, de costos y/o de servicios que incrementen su competitividad y afirmen su permanencia en el mercado.

Dentro del mismo sistema de costos de calidad, algunas decisiones o acciones de administración de costos a sugerir son:

- Determinar los generadores o impulsores de costos y gastos presentes en la estructura de costos de calidad, a los fines de evaluar su necesidad y minimizar o eliminar dichos impulsores o generadores. Por ejemplo, en el caso del impulsador del costo de los clientes insatisfechos, se podría sugerir desarrollar actividades de innovación a los fines de ofrecer y promocionar una estancia placentera dentro del establecimiento, acompañados de alimentos de sabor atractivo y a la vez saludables, evitando ingredientes nocivos para la salud. Igualmente se podría sugerir, evaluar los espacios del establecimiento, en cuanto a su iluminación, ambientación, temperatura, sonido, disponibilidad de mesas y asientos cómodos, de estacionamiento seguro, y demás detalles relacionados.
- Igualmente, en cuanto a innovaciones se recomienda hallar las condiciones que puede diferenciar al establecimiento de los demás, para tratar de acrecentar dicha distinción que los haga ser parte de la primera opción de los clientes. A la inversa, también se sugiere analizar a la competencia para determinar sus mejores prácticas y adaptar dichas prácticas como mejoras en las operaciones del establecimiento, lo que se conoce como *Benchmarking*.
- Desarrollar actividades de capacitación para todas las áreas del establecimiento (atención al cliente, conservación e higiene de los alimentos, etc.) a los fines de ofrecer un servicio de excelente calidad que distinga el establecimiento de sus competidores. De forma específica, con miras a generar la fidelización de los clientes, se debe enfatizar en los conocimientos y en las actitudes de los empleados que les permitan desempeñar de manera idónea sus operaciones.
- Considerando que cada establecimiento debe evaluar lo que mejor se ajuste a sus necesidades, y pese a que generalmente los comensales de la comida rápida tienden a tener gustos y preferencias gastronómicas similares, es

importante que cada establecimiento aplique una encuesta periódica a sus comensales, a fines de determinar sus preferencias y tendencias, así como las fallas y los desaciertos en la prestación del servicio, desde la opinión u óptica de sus comensales o clientes.

Futuras líneas de investigación

En materia de estructura de costos y diseño de sistemas de costeo como futura investigación, y a partir de las recomendaciones dictadas, se puede vislumbrar la validación de un sistema de costos de calidad, donde se evalúe el comportamiento de cada uno de los tipos de costos asociados a la calidad.

Considerando que la calidad del servicio debe ser evaluada por el cliente, de cara a incrementar la competitividad de los establecimientos estudiados, es importante estudiar la calidad del servicio y la satisfacción de las expectativas del cliente, mediante una medición objetiva de dichos constructos en la realidad de los establecimientos o restaurantes de comida rápida abordados.

BIBLIOGRAFÍA

- Alabart, Y., y Ponce, A., (2009). Diseño de un programa de gestión de conocimiento para la transmisión de *know-how* (saber cómo) en el área de la cocina en el Hotel Melía Cohiba. *Turiciencia*.
- Arias, F., (2006). *El proyecto de investigación. Guía para su elaboración*. (5ta. Ed.). Caracas: Editorial Episteme.
- Arias, F., (2012) *El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica*. [Libro en línea]. (6ta. Ed.). Venezuela. Editorial Episteme. Disponible: <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf-1.pdf>
- Amaya, C. (2011). Redefinición funcional de áreas centrales a partir de sus valores socioeconómicos y espaciales: el caso de Mérida-Venezuela. *Revista Geográfica De América Central*, 2(47E). Disponible: <https://www.revistas.una.ac.cr/index.php/geografica/article/view/2106>
- Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela. (2014). Ley de precios justos. Gaceta Oficial N° 40.340. (2014, Enero 23). Venezuela. [Documento en Línea]. Disponible: <http://www.mppp.gob.ve/wp-content/uploads/2018/05/GacetaOficialn%C3%BAmero40.340.pdf>
- Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela. (2015). Ley Orgánica de Precios Justos. Gaceta Oficial Extraordinario 6.202. (2015, Noviembre 8) Venezuela. [Documento en Línea]. Disponible: <https://www.cavecol.org/wp-content/uploads/2015/11/Gaceta-6.202.pdf>
- Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela. (2015). Providencia Administrativa N° 003/2014. Gaceta Oficial 40.351. (2014, Febrero 7). Venezuela: [Documento en Línea]. Disponible: <https://catedraalimentacioninstitucional2.files.wordpress.com/2015/03/providencia-003-2014-precios-justos.pdf>

- Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela. (2015). Providencia Administrativa N° 070/2015. Gaceta Oficial 40.775. (2015, Octubre 27). Venezuela. [Documento en Línea]. Disponible: <http://www.travieso-evans.com/memos/2015-10-27-40775-providencia-administrativa-determinacion-precios-reimpresion.pdf>
- Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela. (2017). Ley de precios Acordados. Gaceta Oficial Extraordinaria N° 6.342. (2017, Noviembre 22). Venezuela. [Documento en Línea]. Disponible: <http://www.asambleanacional.gob.ve/storage/documentos/leyes/ley-constitucional-de-los-precios-acordados-20211028142154.pdf>
- Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela. (2020). Resolución N° 090. Gaceta Oficial 41.891. (2020, 1 de junio) Venezuela: [Documento en Línea]. Disponible: https://www.medicinalaboraldevenezuela.com.ve/archivo/GO_41891.pdf
- Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela. (2020a). Decreto de Estado de Alerta N° 4.160. Gaceta Oficial Extraordinaria N° 6.519 (2020, 13 de marzo). Venezuela: [Documento en Línea]. Disponible: <http://extwprlegs1.fao.org/docs/pdf/ven194367.pdf>
- Backer, M., Jacobsen, I., y Ramirez, P., (1996). *Contabilidad de Costos*. Un enfoque administrativo para la toma de decisiones. McGraw - Hill, México.
- Ballesteros, J., (2008). *La formación como proceso de transferencia al puesto de trabajo de los conocimientos aprendidos*. [Resumen en línea]. Tesis Doctoral, no publicada. Universidad de la Palmas de Gran Canaria, España. Disponible: <https://www.researchgate.net/publication/38182780> La formación como proceso de transferencia al puesto de trabajo de los conocimientos aprendidos un modelo explicativo aplicado al sector de la restauración tesis doctoral

- Banco Interamericano de Desarrollo-BID- (2020) *Las políticas de distanciamiento social y la movilidad en América Latina y el Caribe* [Documento en línea]. Disponible:
<https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Quedate-EnCasa-Las-politicas-de-distanciamiento-social-y-la-movilidad-en-America-Latina-y-el-Caribe.pdf> [Consulta: 2022, febrero 10]
- Benalcázar, H., (2021). *Análisis del impacto socio económico del sars-cov-2 en el sector laboral de los restaurantes del centro histórico de cuenca, en el periodo marzo – septiembre 2020*. [Resumen en línea]. Trabajo de grado. Universidad Técnica del Norte. Ibarra, Ecuador. Disponible:
<http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/11377>
[Consulta: 2022, Mayo 18].
- Bernal, C., (2010) *Metodología de la investigación*. [Libro en línea]. (3ra. Ed.). Colombia. Pearson Educación. Disponible: <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-.pdf.pdf>
- Boardman, R., (1973). *Dirección y análisis de costes en hoteles y restaurantes*. (3ra. Ed.) (L. Muñoz, Trad.). Madrid: Ibérico Europeo de Ediciones, S.A.
- Botero, M., (2012). La estructura de costos de un negocio. [Página web en línea]. Disponible:<https://www.gerencie.com/la-estructura-de-costos-de-un-negocio.html>
- Briceño, M. (2014). La esencia del paisaje urbano. El caso de la ciudad de Mérida, Venezuela. Módulo Arquitectura CUC, (13), 147-170.
- Cámara Venezolano-Americana de Comercio e Industria -VenAmCham- (2020). *Break Empresarial: Panorama del COVID-19 para las empresas venezolanas*. Junio 14 del 2021. VenAmCham. [Documento en línea]. Disponible: <https://www.venamcham.org/break-empresarial-panorama-del-covid-19-para-las-empresas-venezolanas/> [Consulta: 2022, mayo 19]

- Comisión Económica para América Latina y el Caribe –CEPAL- (2020), *Informe sobre el impacto económico en América Latina y el Caribe de la enfermedad por coronavirus (COVID-19)* [Documento en línea]. Disponible: <https://www.cepal.org/es/publicaciones/45602-informe-impacto-economico-america-latina-caribe-la-enfermedad-coronavirus-covid> [Consulta: 2022, Febrero 15]
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe -CEPAL- (2021) *Estudio Económico de América Latina y el Caribe Dinámica laboral y políticas de empleo para una recuperación sostenible e inclusiva más allá de la crisis del Covid-19* [Documento en línea]. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/47192-estudio-economico-america-latina-caribe-2021-dinamica-laboral-politicas-empleo> [Consulta: 2022, Febrero 20]
- Coneo, M. (2020) *Por efecto de la pandemia del covid-19 han cerrado 22.000 de 90.000 restaurantes*. Mayo 13 del 2020. [Documento en línea]. Disponible: <https://www.larepublica.co/ocio/por-la-crisis-actual-cerraron-de-manera-definitiva-22000-de-90000-restaurantes-3004985>
- Colunga, C., y Saldierna, A., (1998). *Los Costos de la Calidad*. México: Panorama Editorial. [Consulta: 2022, Marzo 6]
- Coronel, J., Basantes, R., Vinueza, A., (2019) Un estudio de la calidad del servicio en restaurantes de mariscos. *Revista Espacios*. [Revista en línea]. Vol. 40, N° 7. Disponible: <http://www.revistaespacios.com/a19v40n07/19400709.html>
- Corporación Merideña de Turismo, -CORMETUR- (2019). *Inventario de prestadores de servicio turístico del estado Mérida. Gerencia de Promoción y Mercadeo. Sub-Unidad de Estadística*.
- Cursos gastronomía (2019) Tipos de restaurantes. [Página web en línea]. Disponible: <https://www.cursosgastronomia.com.mx/blog/consejos/tipos-de-restaurante/>

- Chacón, G. (2020). Terminología y generalidades de los sistemas de costos para empresas de servicio. Notas de clase, no publicadas, del Diplomado para Emprendedores Turísticos de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, (FACES). Mérida, Venezuela.
- Chacón, G., (2021) Ingresos y costos en los negocios gastronómicos. Notas de clase, no publicadas, del Postgrado en ciencias contables de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales (FACES). Mérida, Venezuela.
- Chase, R., Jacobs, R., y Aquilano, N., (2009) *Administración de operaciones. Producción y cadena de suministros*. [Libro en línea]. (12ma Ed.). México: McGraw-Hill/Interamericana Editores, s.a. de c.v. Disponible: <http://www.untumbes.edu.pe/vcs/biblioteca/document/varioslibros/0670.%20Administraci%C3%B3n%20de%20operaciones.%20Producci%C3%B3n%20y%20cadena%20de%20suministros.pdf>
- Climent, S., (2005) Clasificación de los costes de calidad en la gestión de la calidad total. Artículo. *Revista Partida Doble. Universidad de Valencia, Departamento de análisis económico Facultad de Economía*. [Revista en línea]. Núm. 171. pp. 88-97. Disponible: <https://core.ac.uk/download/pdf/71038052.pdf>
- Crosby, P. (1987). *La calidad no cuesta. El arte de cerciorarse de la calidad* [Libro en línea]. México: Continental, S.A. Disponible: https://www.academia.edu/8118377/La_calidad_no_cuesta_Philip_B_Crosby [Consulta: 2022, enero 27]
- Evans, J., y Lindsay, W., (2008) *Administración y control de la calidad*. [Libro en línea]. (7ma. Ed.). México. Cengage Learning Editores, S.A. de C.V., Disponible: <https://www.auditorlider.com/wpcontent/uploads/2019/06/Administraci%C3%B3n-y-control-de-la-calidad-7ed-James-R.-Evans-y-William-M.-Lindsay.pdf>

- Garbey, N. (2002). *Sistema de Costo de Calidad para Instalaciones Turísticas*. (Documento en línea) <http://www.gestiopolis1.com/recursos/documentos/archivodocs/definanzas/finmo2/siscostocalidad.zip>. (Consulta 2019, noviembre 02)
- García, O., (2020, Octubre 19) *Restaurantes y cafés en Venezuela comienzan a recibir clientes tras siete meses de cierre*. Banca y Negocios. [Documento en línea]. Disponible: <https://www.bancaynegocios.com/restaurantes-y-cafes-en-venezuela-comienzan-a-recibir-clientes-tras-siete-meses-de-cierre/> [Consulta: 2022, Marzo 8]
- Gallardo, Y., y Moreno A., (1999) *Serie: aprender a investigar. Módulo 3 recolección de la información*. [Libro en línea]. (3ra. Ed.). Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior, ICFES. Disponible: <https://academia.utp.edu.co/grupobasicoclinicayaplicadas/files/2013/06/3.-Recolecci%C3%B3n-de-la-Informaci%C3%B3n-APRENDER-A-INVESTIGAR-ICFES.pdf> [Consulta: 2022, abril 12]
- Gryna, F., Chua, R., DeFeo, J. y Pantoja, J. (2007). *Método Juran Análisis y planeación de la calidad* [Libro en línea]. Método juran (5ta Ed.). México: McGraw-Hill/interamericana Editores, s.a. Disponible: <http://sistemasdecalidad6to.weebly.com/uploads/4/6/5/8/46581171/metodo-juran-an%C3%A1lisis-y-planeaci%C3%B3n-de-la-calidad-juran-5ta.pdf> [Consulta: 2022, Marzo 10]
- Guzmán, A., y Cárcamo M., (2014) La evaluación de la calidad en el servicio: caso de estudio “Restaurant Familiar Los Fresnos”. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal* [Revista en línea]. Vol. 24, núm. 3. Disponible: <https://www.redalyc.org/pdf/416/41631291004.pdf>
- Hansen, R. y Mowen, M. (2007) *Administración de costos Contabilidad y control* [Libro en línea]. (5ta Ed.). México: Cengage Learning, Inc. Disponible: <http://fullseguridad.net/wp-content/uploads/2016/11/Administracion-de-costos.-Contabilidad-y-control-Hansen-5th.pdf>

- Hernández, R. Fernández, C., y Batista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. (6ª Ed.). España: McGraw Hill.
- Heizer, J., y Render, B., (2009) *Principios de administración de operaciones*. [Libro en línea]. (7ma Ed.). México. Pearson Educación de México, S.A. de C.V. Disponible:
https://www.academia.edu/31330000/Principios_De_Administracion_De_Operaciones_Heizer_y_Render_Ed
- Herrera, D., (2020) *Desafíos y soluciones para mejorar el financiamiento a las mipymes durante la pandemia*. Junio 25 del 2020. Puntos Sobre la i. Blog del BID para conversar sobre innovación en América Latina y el Caribe. [Documento en línea]. Disponible:
<https://blogs.iadb.org/innovacion/es/mejorar-el-financiamiento-a-las-mipymes-durante-la-pandemia/> [Consulta: 2022, Mayo 19]
- Horngren, C., Datar, S. y Raján, M., (2012). *Contabilidad de costos: Un enfoque gerencial*. (14ª. Ed.). España: Pearson Educación.
- Huaire, E., (2019) *Método de investigación. Material de clase*. [Documento en línea]. Disponible: <https://www.aacademica.org/edson.jorge.huaire.inacio/35>
- Jaime, D., (Littler CaseSmart 22 Junio, 2020) *Venezuela: Gobiernos Nacional y Local Publican Nuevas Normas en Bioseguridad*. [Documento en línea]. Disponible:
<https://www.littler.com/publication-press/publication/venezuela-gobiernos-nacional-y-local-publican-nuevas-normas-en>
- Inchausti, J., (2011). *Estructura de Costos*. (Documento en línea). Disponible:
<http://javierinchausti.files.wordpress.com/2009/05/estructura-de-costos.ppt>
- Kotler, P., y Armstrong, G., (2013). *Fundamentos de marketing*. (11ma. Ed.) México. Pearson Educación.
- Lukie, M., (2004). *Contabilidad hotelera*. México: Trillas.

- Landaeta, N., (2013). *Calidad del servicio a partir de la percepción del cliente y la participación del empleado de vanguardia. Caso: Establecimientos de comida rápida del municipio Libertador del estado Mérida*. Trabajo de grado de Maestría, no publicado. Universidad de Los Andes, Venezuela.
- Lattín, G., (2002). *Administración moderna de hoteles y moteles*. (17ma. Ed.). México: Trillas.
- Ley de precios justos. Gaceta Oficial N° 40.340. (2014, Enero 23). Venezuela. [Documento en Línea]. Disponible: <http://www.mppp.gob.ve/wp-content/uploads/2018/05/GacetaOficialn%C3%BAmero40.340.pdf>
- Ley Orgánica de Precios Justos. Gaceta Oficial Extraordinario 6.202. (2015, Noviembre 8) Venezuela. [Documento en Línea]. Disponible: <https://www.cavecol.org/wp-content/uploads/2015/11/Gaceta-6.202.pdf>
- Ley de precios Acordados. Gaceta Oficial Extraordinaria N° 6.342. (2017, Noviembre 22). Venezuela. [Documento en Línea]. Disponible: <http://www.asambleanacional.gob.ve/storage/documentos/leyes/ley-constitucional-de-los-precios-acordados-20211028142154.pdf>
- Ley Para la Promoción y Desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria y Unidades de Propiedad Social en Venezuela (2014). Disponible: <https://www.asambleanacional.gob.ve/storage/documentos/leyes/decreto-n0-1413mediante-el-cual-se-dicta-el-decreto-con-rango-valor-y-fuerza-de-ley-de-reforma-de-la-ley-para-la-promocion-y-desarrollo-de-la-pequena-y-mediana-industria-y-unidades-de-propiedad-social-20211103144107.pdf>
- Mallo, C., Kaplan, R. Meljem, S. y Giménez, C. (2000). *Contabilidad de costos y estratégica de gestión*. España: Prentice Hall.
- Marín, C., (1989). *Gestión hotelera*. Barcelona: Editur, Ediciones Turísticas, S.L.
- Matías, H., (1976). *Administración hotelera*. Argentina: Ediciones Macchi.

- Méndez, C., (2000) *Metodología. Guía para elaborar diseños de investigación en ciencias Económicas, Contables y Administrativas*. [Libro en línea]. (2da. Ed.). Editorial McGraw-Hill. Colombia. Disponible: <https://sea8401dd76b4febd.jimcontent.com/download/version/1564230307/module/14444440630/name/MENDEZ%20ALVAREZ%20%20Metodologia%20Investigacion%20Ciencias%20Economicas%20y%20Administrat.pdf>
- Méndez, C. (2004). *Metodología. Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación*. (3ra.Ed.). Colombia: Mc Graw Hill.
- Ministerio de Sanidad y Asistencia Social. (1996) Normas complementarias del reglamento general de alimentos. Venezuela. [Documento en Línea]. Disponible: <http://www.sacs.gob.ve/site/images/normativa/gacetas-normas/Normas complementarias reglamento general alimentos.pdf>
- Molina, O. y Morillo, M., (2000). Sistemas de Acumulación de Costos para Empresas de Servicio. *Revista Actualidad Contables*. Vol. 3. N° 3. Pp. 48-55.
- Morillo, M. (2009) Capacidad de resistencia del turismo en épocas de crisis. *Revista SABER. Revista Multidisciplinaria del Consejo de Investigación de la Universidad de Oriente*. Vol. 21. N° 3. pp. 292-305.
- Morillo, M., (2009). Costos del servicio de alimentos y bebidas en establecimientos de alojamientos turísticos. *Revista Visión Gerencial*. [Revista en línea]. N° 2, pp. 304-327. Disponible: <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545881013.pdf>
- Morillo, M., (2009). Sistemas de costos de calidad para establecimientos de alojamiento turístico. *Revista Actualidad Contable*. [Revista en línea]. N° 20, Vol. 13, pp. 98-113. Disponible: <https://www.redalyc.org/pdf/257/25715828008.pdf>
- Morillo, M., (2009b). Sistemas de costos de calidad para establecimientos de alojamiento turístico. *Revista Actualidad Contable*. [Revista en línea]. Vol. 13. N° 2. pp. 98-113.

- Morillo, M., (2010). *La Relevancia del Turismo en el Estado Mérida, Venezuela: La Calidad del Servicio en los Alojamientos turísticos como Estrategia de Competitividad*. Series Tesis Doctorales. Soportes audiovisuales e informáticos y Servicios de Publicaciones de la Universidad de La Laguna, España.
- Morillo, M., y Landaeta, N., (2015) Calidad del servicio de comida rápida a partir de la participación del empleado de vanguardia, municipio libertador, estado Mérida, Venezuela. *Revista SABER. Revista Multidisciplinaria del Consejo de Investigación de la Universidad de Oriente*. [Revista en línea] Vol. 27, No 4. Pp. 595-608.
- Morillo, M. (2015). *Calidad del Servicio*. Sello Editorial Publicaciones de Vicerrectorado Académico de la Universidad de Los Andes: Mérida, Venezuela.
- Morillo, M. y Landaeta, N., (2016). Comportamiento de los niveles de calidad del servicio de comida rápida según las características de los usuarios Municipio Libertador del estado Mérida, Venezuela. *Revista Universidad & Empresa. Universidad del Rosario. Colombia*. [Revista en línea]. Vol. 18, N° 31, pp. 59-84. Disponible: <https://www.redalyc.org/pdf/1872/187245397004.pdf>
- Morillo, M. y Cardozo, C. (2017). Costeo Basado En Actividades para el Control y Reducción de Costos en el Sector Hotelero. *Revista INNOVAR*. Vol. 27, N° 64, pp. 91-114. [Revista en línea]. Disponible: <http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v27n64/v27n64a08.pdf>
- Morillo, M., (2018). Estructuración, control y reducción de costos en Venezuela. *Universidad y Sociedad. Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos*. [Revista en línea]. Vol. 10, N° 2. pp. 263-272. Disponible: <http://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus>
- Morillo, M. (2021). Turismo post pandemia Covid-19: retos y alternativas competitivas de recuperación. En F. Espinoza, L. Zallas y L. González (Comp), *Impacto d la pandemia de covid-19 en el desarrollo social*. (pp. 51-77). Fontamara: México.

- Morillo, M. (2021a). Contabilidad de costos para la toma de decisiones a corto plazo. Mérida, Venezuela: Sello Editorial Publicaciones de Vicerrectorado Académico de la Universidad de Los Andes. [Libro en línea]. Disponible: http://bdigital2.ula.ve:8080/xmlui/bitstream/handle/654321/5595/Contabilidad_Costos.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Muñoz, C., (2011) *Cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis*. [Libro en línea]. (2da. Ed.). México. Pearson Educación. Disponible: <http://www.indesgua.org.gt/wp-content/uploads/2016/08/Carlos-Mu%C3%B1oz-Razo-Como-elaborar-y-asesorar-una-investigacion-de-tesis-2Edicion.pdf>
- Namakforoosh, M. (2013). Metodología de la investigación. (2da. ed.). LIMUSA Noriega Editores. México. pp. 525.
- Norma Internacional de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades (2015) [Documento en Línea]. Disponible: http://www.aplicaciones-mcit.gov.co/adjuntos/niif/98200_IFRS_for_SMEs_BV_spanish_Part_B_Website.pdf
- Olmos, L. y García, R. (2015). *Estructura del Mercado Turístico*. España: Paraninfo.
- Organización Internacional del Trabajo -OIT- (2020) *Regresar al trabajo de forma segura. Guía para los empleadores sobre la prevención de la COVID-1*. Mayo 2020. Ginebra. [Documento en línea]. Disponible: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---act_emp/documents/publication/wcms_744784.pdf
- Organización Internacional del Trabajo -OIT- (2020a) *Prevención y mitigación de COVID-19 en el trabajo para pequeñas y medianas empresas: Lista de comprobación y manual de comprobación*. Agosto 2020. [Documento en línea]. Disponible: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---lab_admin/documents/publication/wcms_753623.pdf

- Organización Mundial del Comercio -OMC- (2020), Trade forecastpress conference, 8 de abril de 2020. [Documento en línea]. Disponible: https://www.wto.org/english/news_e/spra_e/spra303_e.htm [Consulta: 2022, Mayo 06]
- Organización Mundial del Turismo -OMT- (2020). *Las cifras de turistas internacionales podrían caer un 60-80% en 2020*, Comunicado de prensa, 07 de mayo del 2020. [Documento en línea]. Disponible: <https://www.unwto.org/es/news/covid-19-las-cifras-de-turistas-internacionales-podrian-caer-un-60-80-en-2020> [Consulta: 2022, Febrero 15]
- Organización Mundial del Turismo -OMT- (2020a). *Declaración conjunta sobre el turismo y el COVID-19*. Comunicado de prensa, 26 de febrero del 2020. [Documento en línea]. Disponible: <https://www.unwto.org/es/news/covid-19-omt-oms-llamamiento-a-la-responsabilidad-y-la-coordinacion> [Consulta: 2022, Febrero 15]
- Organización Mundial del Turismo (2020b). Directrices globales de la OMT para reiniciar el turismo. 28 de mayo de 2020. [Documento en línea]. Disponible: <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-06/200606%20-%20UNWTO%20Global%20Guidelines%20to%20Restart%20Tourism%20ES.pdf>
- Organización Mundial del Turismo (2020c), *Convención marco sobre ética del turismo*, OM. Madrid. [Documento en Línea]. Disponible: <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2019-10/gcetpassportglobalcodees.pdf> [Consulta: 2022, Febrero 15]
- Organización Mundial del Turismo (OMT, 2020d). *El 100% de los destinos del mundo ha restringido ya los viajes a causa de la Covid-19*. Comunicado de prensa, 18 de abril del 2020. [Documento en Línea]. Disponible en: <https://www.unwto.org/es/news/covid-19-restricciones-viajes>

- Organización Mundial del Turismo (OMT, 2020e). *La OMT pone en marcha un programa de asistencia técnica para la recuperación del turismo*. Comunicado de prensa, 12 de mayo del 2020. [Documento en Línea]. Disponible en: <https://www.unwto.org/es/news/la-omt-pone-en-marcha-un-programa-de-asistencia-tecnica-para-la-recuperacion-del-turismo>
- Ovejero, P., (1971). *Recepción y administración en hostelería*. Madrid: Editorial OFICE.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., and Berry, L., (1985) “A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research,”. *Journal of Marketing*. Vol. 49, No. 4, pp. 41-50.
- Programa Venezolano de Educación Acción en Derechos Humanos (PROVEA, 15 julio, 2021) *Crisis de servicios afecta el turismo de Mérida*. [Documento en línea]. Disponible: <https://provea.org/actualidad/derechos-sociales/crisis-de-servicios-afecta-el-turismo-de-merida/>
[Consulta: 2022, Mayo 06].
- Providencia Administrativa N° 003/2014. Gaceta Oficial 40.351. (2014, Febrero 7). Venezuela: [Documento en Línea]. Disponible: <https://catedraalimentacioninstitucional2.files.wordpress.com/2015/03/providencia-003-2014-precios-justos.pdf>
- Providencia Administrativa N° 070/2015. Gaceta Oficial 40.775. (2015, Octubre 27). Venezuela. [Documento en Línea]. Disponible: <http://www.traviesoevens.com/memos/2015-10-27-40775-providencia-administrativa-determinacion-precios-reimpresion.pdf>
- Przybylski, A., (1995) *Marketing de Servicios Turísticos*. [Libro en línea]. Buenos Aires. Argentina. Ediciones Surpass. Disponible: <http://aprz.azurewebsites.net/>
- Rangel, G., (2018). *Estrategias de Desarrollo Local basadas en las potencialidades del turismo para la Ciudad de Mérida, Venezuela*. Trabajo de grado de Maestría, no publicado. Universidad de Los Andes, Venezuela.
- Ramírez, D., (2004). *Contabilidad Administrativa*. (6ª ed.). México: McgrawHill.

- Ramírez, M., (2012). *Estrategias de gestión del conocimiento para aumentar las ventajas competitivas de los restaurantes del Municipio Libertador y Campo Elías del estado Mérida*. Trabajo de grado de Maestría, no publicado. Universidad de Los Andes, Venezuela.
- Ramírez, M. (2011). *Estrategias de Gestión del Conocimiento Aplicado a las Pymes del Sector Turismo. CASO: restaurantes con especialidad en carnes, estado Mérida*. Trabajo de Grado de maestría no publicado. Universidad de Los Andes.
- Ramírez, J., (2016). *Estrategias de Marketing Urbano para Ciudades con Potencialidad Turística. Caso de Estudio: Ciudad de Mérida, Venezuela*. Trabajo de grado de Maestría, no publicado. Universidad de Los Andes, Venezuela.
- Rodríguez, N., (s/f). *Estructura de costos: qué es y cómo crearla (con ejemplos)*. Hubspot. Blog. [Documento en línea]. Disponible: <https://blog.hubspot.es/sales/estructura-costos>
- Rodríguez, R, (2004). *Costos aplicados a Hoteles y Restaurantes*. ECOE Ediciones. Colombia. pp. 18. *Estrategias de marketing urbano para la ciudad de Mérida, Venezuela (2004)*.
- Rojas, E., (2018). *Modulo I. Teoría del Costo en Gastronomía*. Notas de clase no publicadas, del Programa Avanzado: "Gestión, control y calculo de costos gastronómicos", de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, (FACES). Mérida, Venezuela.
- Rojas, E. (2018). *Costos para el negocio gastronómico*. Notas de clase, no publicadas, del Diplomado de Contabilidad de Costos. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, (FACES) y colegio de Contadores Públicos del Estado Mérida, Venezuela.

- Rojas, R., (2013) *Guía para realizar investigaciones sociales*. [Libro en línea]. (38a. Ed.). Editorial Plaza y Valdés, S. A. de C.V. México. Disponible: <https://raulrojassoriano.com/cuallitlanezi/wp-content/themes/raulrojassoriano/assets/libros/guia-realizar-investigaciones-sociales-rojas-soriano.pdf>
- Sierra, R., (2001) *Técnicas de investigación social, teorías y ejercicios*. [Libro en línea]. (14ta. Ed.). International Thomson Editores Spain Paraninfo, s.a. España. Disponible: <https://significanteotro.files.wordpress.com/2017/08/docslide-com-br-tecnicas-de-investigacion-social-r-sierra-bravo.pdf>
- Solis, C., (2022). *Análisis del impacto de la pandemia COVID-19 en los establecimientos de alimentos y bebidas de la ciudad de Nueva Loja, provincia de Sucumbíos*. [Resumen en línea]. Trabajo de grado. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Empresariales. Carrera de Turismo. Disponible: <http://201.159.223.180/handle/3317/18092>
- Tamayo, M., (1998) *Serie: aprender a investigar. Módulo 2 la investigación*. [Libro en línea]. (3ra. Ed.). Instituto Colombiano para el Fomento de la educación superior. ICFES. Disponible: <https://academia.utp.edu.co/grupobasicoclinicayaplicadas/files/2013/06/2.-La-Investigaci%C3%B3n-APRENDER-A-INVESTIGAR-ICFES.pdf>
- Universidad Pedagógica Experimental Libertador - UPEL (2016). Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestrías y Tesis Doctorales. FEDUPEL. Caracas, Venezuela [Documento en Línea]. Disponible: https://www.academia.edu/31803770/Manual_UPEL_2016_pdf
- Valderrama, Y., López, W., y Terán, E., (2013) Caracterización del sistema de costos de calidad como elemento estratégico para la toma de decisiones en el caso de una empresa de restauración. *Formación Gerencial*. [Artículo en línea]. Año 13 N° 1. Universidad del Zulia Vicerrectorado Académico SERBILUZ. Disponible en:

https://www.google.com/url?esrc=s&q=&rct=j&sa=U&url=https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7178377.pdf&ved=2ahUKEwiogamVtYr4AhXemIQIHaqCMcQ FnoECAgQA&usg=AOvVaw3rBDY8BCUzUj91H9_yvGnc

Vera, J., Trujillo A., (2009) El Papel de la Calidad del Servicio del Restaurante como Antecedente de la Lealtad del Cliente. *Panorama Socioeconómico. Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*. [Revista en línea]. Vol. 27, Núm. pp. 16- 30. Universidad de Talca. Chile. Disponible:

https://www.researchgate.net/publication/28320559_El_papel_de_la_calidad_del_servicio_del_restaurante_como_antecedente_de_la_lealtad_del_cliente_Panorama_Socioeconomico_ISSN_0716-1921

Vera, L. (2018, Marzo-Abril) *¿Cómo explicar la catástrofe económica venezolana?* Revista Nueva Sociedad. [Documento en línea]. Disponible: <https://nuso.org/articulo/como-explicar-la-catastrofe-economica-venezolana/> [Consulta: 2022, Mayo 06].

Villegas, M., (2021) *Los efectos de la pandemia en pequeños emprendedores del sector restaurantes en la ciudad de Guayaquil*. [Resumen en línea]. Trabajo de grado. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Facultad de ciencias económicas, Administrativas y empresariales. Disponible: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/17268> [Consulta: 2022, Febrero 15].

World Tourism Organization -UNWTO- (2020). World Tourism Barometer and Statistical Annex, January 2020. [Documento en línea]. Disponible: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/wtobarometereng.2020.18.1.1> [Consulta: 2022, Febrero 15]

World Tourism Organization - UNWTO- (2020a). World Tourism Barometer and Statistical Annex, Update June 2020. [Documento en línea]. Disponible: <https://doi.org/10.18111/wtobarometereng> [Consulta: 2022, Febrero 15].

ANEXOS

Anexo a. Registro de Cormetur de los Establecimientos ubicados en el municipio libertador del Estado Mérida

Nº	MUNICIPIO	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN
4	LIBERTADOR	100% Cachapas C.A	Av. Las Américas, Mercado Murachi Edif. Central. Local N° 06 planta alta, Parroquia Mariano Picón Salas.
R	LIBERTADOR	AGROTURISMO EL REFUGIO DEL GUERRERO	SECTOR EL LIMONCITO BAJO CARRERA VIA BARINAS CASA S/N
7	LIBERTADOR	Alimentos Kaerpa C.A.	Avenida Las Américas, C.C. Plaza Mayor , Nivel 2 Feria de la Comida
NR	LIBERTADOR	Alimentos Rostack C.A.	Av. 5 Zerpa entre calles 23 y 24 N° 5-36
8	LIBERTADOR	Alimentos Viscaban C.A.	Avenida Las Américas, C.C. Plaza Mayor , Nivel 2 Feria de la Comida
15	LIBERTADOR	Alimentos y Bebidas Guidos C.A.	Avenida Las Américas, C.C. Plaza Mayor , Nivel 2 Feria de la Comida
NR	LIBERTADOR	América Pizza C.A	C.C Plaza Las Américas PB Local 51
14	LIBERTADOR	Andino Bistró Café	Avenida Las Américas, C.C. Plaza Mayor , Nivel 2 Feria de la Comida
NR	LIBERTADOR	Arepera del Budare a su Boca	Avenida Los Próceres frente al Restaurant La Viña
9	LIBERTADOR	Arturos´S	Avenida Las Américas, cruce esquina viaducto Campo Elías, C.C. Plaza Yuan Lin , Nivel 2 Feria de la Comida
NR	LIBERTADOR	Asador de Pollo	Avenida Los Próceres frente al Restaurant La Viña
12	LIBERTADOR	Asociación Cooperativa Cafetín Restaurant Dulpar R.L.	Av. Gonzalo Picón, local N° 62 Mercado Periférico
4	LIBERTADOR	Asociación Cooperativa Puerta del Éxito	Av. Gonzalo Picón, local N° 50 Mercado Periférico
NR	LIBERTADOR	Boulevard Café, C.A.	Calle 22 entre Av. 3 y 4. Edf. Sábado piso B, local 01, sector centro. Municipio. Libertador
11	LIBERTADOR	Cachapas Mi Maizal C.A.	Avenida Las Américas, C.C. Plaza Mayor , Nivel 2 Feria de la Comida
NR	LIBERTADOR	Café Restaurant El Andino C.a	Av. 2 Lora, Local N° 13-80, Frente a La Plaza de Milla
10	LIBERTADOR	Café Restaurant La Botana	Calle 26, ed. Alpe PB local A-5, sector Las Heroínas
R	LIBERTADOR	CARLOS TEODORO ZURITA ROJAS "DE LA CAPELLANIA", F.P.	URB. ALTO PRADO AV. LOS PROCERES ALTO PRADO NIVEL 1, LOCAL 29
NR	LIBERTADOR	Cervus Bistro Bar	Av. Urdaneta, casa N° 5-27. a lado del Hotel Atenas
NR	LIBERTADOR	Cheo´s Pizzería	
4	LIBERTADOR	Chicken J&M C.A.	Avenida Las Américas, C.C. Plaza Mayor , Nivel 2 Feria de la Comida
NR	LIBERTADOR	Coffia Café	calle 24 con esquina de la Av. 8, sector Las Heroínas

Nº	MUNICIPIO	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN
R	LIBERTADOR	COLLAGE CAFFE, C.A.	SECTOR CHORROS DE MILLA, AV. PRINCIPAL, C.C. VILLA LOS CHORROS DE MILLA, LOCAL APB-8
10	LIBERTADOR	Comida Criolla	Avenida Las Américas, cruce esquina viaducto Campo Elías, C.C. Plaza Yuan Lin , Nivel 2 Feria de la Comida
1	LIBERTADOR	D' Jesús Food C.A.	Avenida Las Américas, C.C. Plaza Mayor , Nivel 2 Feria de la Comida
NR	LIBERTADOR	Da Pippo Pizzería	Entrada a la Urbanización San Antonio
NR	LIBERTADOR	Deli Very Pizza	Santa Elena Diagonal al Palacio de los Niños Residencias Albarregas
1	LIBERTADOR	El Rincón de la Guayanesa de Magaly Hernández	Av. Las Américas, Mercado Murachi Edif. Central. Local planta alta, Parroquia Mariano Picón Salas.
3	LIBERTADOR	El Sazón de Tica	Av. Las Américas, Mercado Murachi Edif. Central. Local planta alta, Parroquia Mariano Picón Salas.
R	LIBERTADOR	EL GRAN BRASERO C.A	AV. LOS PROCERES LA PEDREGOZA
1	LIBERTADOR	El Maracucho Restaurant y Pizzería	Avenida Las Américas, Mercado Principal , 1er Piso, local modulo B N°68
14	LIBERTADOR	El Rincón Burger (Ecowill)	
NR	LIBERTADOR	El Rincón Trujillano – Restaurant	Av. Principal Chorros de Milla
2	LIBERTADOR	El Sazón de La Caleña	Av. Las Américas, Mercado Murachi Edif. Central. Local planta alta, Parroquia Mariano Picón Salas.
1	LIBERTADOR	El Sazón de Mela de Melania Rivas Márquez	Av. Gonzalo Picón, local N° 24 Mercado Periférico
5	LIBERTADOR	El Sazón de Sioly	Av. Gonzalo Picón, local N° 51 Mercado Periférico
NR	LIBERTADOR	El Toque Restaurant y Arepera	Paseo Las Ferias Edif. La Magdalena
3	LIBERTADOR	El Turpial de Mérida	Av. Las Américas, Mercado Principal. 2do piso, cocina 1 y 4.
17	LIBERTADOR	Empresa Productora Vivaldí C.A.	Avenida Las Américas, C.C. Plaza Mayor , Nivel 2 Feria de la Comida
3	LIBERTADOR	Exquisiteces Mejicas	Avenida Las Américas, C.C. Plaza Mayor , Nivel 2 Feria de la Comida
3	LIBERTADOR	Fresco Mérida Subs&salads	Avenida Los Próceres, C.C. Alto Prado, piso nivel Feria de Comida, local N° 06
NR	LIBERTADOR	Fuente de Soda Alto Chama	Av. Andrés Bello, sector Alto Chama, entre C.C Alto Chama y la Estación de Servicio de la Avenida Andrés Bello
NR	LIBERTADOR	Grupo Casmar C.A.	calle 29, entre Av. 4 y Av. Don Tulio
R	LIBERTADOR	GRUPO LATINBIEN, C.A.	SECTOR CENTRO MERIDA, AV 7 ENTRE CALLES 25 Y 26, LOCAL N° 2569
1	LIBERTADOR	History Self Service C.A.	Calle 24 entre Av. 2 y 3 C.C. History Center, nivel Feria, local 11 y 12
9	LIBERTADOR	Huan Comida China Rápida	Avenida Las Américas, C.C. Plaza Mayor , Nivel 2 Feria de la Comida
5	LIBERTADOR	Inversiones Batilicious C.A.	Avenida Las Américas, C.C. Plaza Mayor , Nivel 2 Feria de la Comida
NR	LIBERTADOR	Inversiones Chipen Bar-Restaurant C.A.	Avenida 5, entre calles 23 y 24

Nº	MUNICIPIO	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN
6	LIBERTADOR	Inversiones Comida Rápida Brochetas	Avenida Las Américas, C.C. Plaza Mayor , Nivel 2 FERIA de la Comida
3	LIBERTADOR	Inversiones El Arca del Márquez	Av. Gonzalo Picón, Mercado Periférico
NR	LIBERTADOR	Inversiones Simo Segura C.A	Calle 23 entre av. 7 y 8
8	LIBERTADOR	Inversiones Cova Becerra C.A.	Avenida Las Américas, cruce esquina viaducto Campo Elías, C.C. Plaza Yuan Lin, Nivel 2 FERIA de la Comida
5	LIBERTADOR	Kibby Palace	Avenida Las Américas, cruce esquina viaducto Campo Elías, C.C. Plaza Yuan Lin , Nivel 2 FERIA de la Comida
R	LIBERTADOR	LA ABADIA DEL ANGEL, CAFE LOUNGE & RESTAURANTE	SECTOR CENTRO, CASCO COLONIAL E HISTORICO CALLE 21 ENTRE AV 5 Y 6 CASA N° 5-68
16	LIBERTADOR	La Casa del Grodecando C.A.	Avenida Las Américas, C.C. Plaza Mayor , Nivel 2 FERIA de la Comida
2	LIBERTADOR	La Crepe Salat C.A.	Avenida Las Américas, C.C. Plaza Mayor , Nivel 2 FERIA de la Comida
R	LIBERTADOR	LA FONDA DE TIA MILA, C.A.	AVENIDA PRINCIPAL NUMERO 6-92 SECTOR CHORROS DE MILLA
9	LIBERTADOR	La Naranja Restaurant C.A.	Av. Gonzalo Picón, local N° 57 Mercado Periférico
R	LIBERTADOR	LA SAZON CRIOLLA, C.A.	SECTOR LA OTRA BANDA, AV. LAS DELICIAS, C.C. CIUDAD DE MERIDA PLAZA MAYOR
11	LIBERTADOR	La Sazón de la Guaraquera	Av. Gonzalo Picón, local N° 61 Mercado Periférico
1	LIBERTADOR	La Tractoria Capri European Food	Avenida Los Próceres, C.C. Alto Prado, piso nivel FERIA de Comida, local N° 04
5	LIBERTADOR	Las Delicias de las Gata	Av. Las Américas, Mercado Murachi Edif. Central. Local N° 06 planta alta, Parroquia Mariano Picón Salas.
2	LIBERTADOR	Luncheria Criollo La Libertad	Av. Gonzalo Picón, local N° 44 Mercado Periférico
4	LIBERTADOR	Mega Burger	Avenida Las Américas, C.C. Plaza Las Américas, Urb. Humboldt, nivel FERIA de Comida
R	LIBERTADOR	MEJICAS DE ANA KARINA ALVAREZ SALVATIERRA	SECTOR LA OTRA BANDA, AV. LAS AMERICAS
R	LIBERTADOR	MI ENCANTO, F.P	SECTOR EL VALLE LA CAÑA, VIA PRINCIPAL, CASA S/N
12	LIBERTADOR	Mi Granja Gourmet	Avenida Las Américas, C.C. Plaza Mayor , Nivel 2 FERIA de la Comida
NR	LIBERTADOR	Momentos de Café	frente al Centro Clínico
R	LIBERTADOR	MUKUMBATIDOS, C.A.	URB. EL RODEO, AV. EZZIO VALERI, EDIF. TORRE J, PISO 5, APTO 5-1
R	LIBERTADOR	NEVA 2 CREAM MAGNOLIA JOKAZTA MENDEZ OMAÑA F.P.	SECTOR CENTRO, AV. 3 ENTRE CALLE 17 Y 18, CASA 17-41, LOCAL N°1.

Nº	MUNICIPIO	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN
R	LIBERTADOR	NUE, C.A	SECTOR ALTO CHAMA, CALLE LA HACIENDA, CASA Nº 176
1	LIBERTADOR	Nuevo Yuan Lin Restaurant Bar C.A.	Avenida Las Américas, cruce esquina viaducto Campo Elías, C.C. Plaza Yuan Lin
11	LIBERTADOR	Operadora de Alimentos Roy Tizana Manía Cream	Avenida Las Américas, cruce esquina viaducto Campo Elías, C.C. Plaza Yuan Lin , Nivel 2 Feria de la Comida
R	LIBERTADOR	ORIGENES B Y B, C.A.	ZONA LAS HEROINAS, CALLE PASAJE AYACUCHO, LOCAL ORIGENES B Y B Nº 25-30
13	LIBERTADOR	Parralca C.A.	Avenida Las Américas, C.C. Plaza Mayor , Nivel 2 Feria de la Comida
6	LIBERTADOR	Parrixpress	Avenida Las Américas, cruce esquina viaducto Campo Elías, C.C. Plaza Yuan Lin , Nivel 2 Feria de la Comida
2	LIBERTADOR	Pasta Bar	Avenida Las Américas, cruce esquina viaducto Campo Elías, C.C. Plaza Yuan Lin , Nivel 2 Feria de la Comida
NR	LIBERTADOR	Pizzería Da Enzo	Av. Andrés Bello diagonal al Banco de Venezuela
NR	LIBERTADOR	Pizzería El Sabor de los Quesos	Av. 2 entre calles 13 y 14 frente a la Plaza Milla
2	LIBERTADOR	Pizzería Génesis C.A.	Avenida Las Américas, C.C. Plaza Las Américas, Urb. Humboldt, nivel Feria de Comida
2	LIBERTADOR	Pizzería Génesis C.A.	Avenida Los Próceres, C.C. Alto Prado, piso nivel Feria de Comida, local Nº 05
NR	LIBERTADOR	Pizzería O`Sole Mío	Avenida 3 Independencia, entre calles 26 y 27, Nº 26-50
NR	LIBERTADOR	Pollos en Brasa Las Américas	Av. Las Américas C.C. Vessada II
NR	LIBERTADOR	Pollos en Brasa Tío José	Av. 16 de Septiembre Nº 56-47
NR	LIBERTADOR	Pollos en Brasa y Restaurant La Independencia Bar	Av. 3 Independencia, entre calle 26 y 27, local Nº 26-52
NR	LIBERTADOR	Restaurant La Astilla de Zully Mora	Calle 14 casa Nº 2-20 Sector Milla Frente a la Plaza Antonio José de Sucre, Parroquia Milla
NR	LIBERTADOR	Restaurant Luz Caraballo	Av. 2 No. 13- 780, frente a La Plaza Milla
NR	LIBERTADOR	Restaurant Tatuy	Final calle 24, edif. Don Pedro, planta baja, local B-197, frente al Parque Las Heroínas
7	LIBERTADOR	Restaurant (No posee Registro Mercantil)	Av. Gonzalo Picón, local Nº 53 Mercado Periférico
10	LIBERTADOR	Restaurant (No posee Registro Mercantil)	Av. Gonzalo Picón, local Nº 59 Mercado Periférico
R	LIBERTADOR	RESTAURANT BAR PIZZERIA "LA MAMMA, S.R.L."	AV. INDEPENDENCIA, Nº 19-21, ENTRE CALLE 19 Y20
NR	LIBERTADOR	Restaurant Bimbo	Calle 23 entre avenida 4 y 5
NR	LIBERTADOR	Restaurant Blanc	Av. Universidad - Hotel Tibisay
NR	LIBERTADOR	Restaurant Brangus	Avenida Los Próceres
NR	LIBERTADOR	Restaurant Casa Vieja	Avenida Los Próceres
NR	LIBERTADOR	Restaurant Chef Pepino	Av. Gonzalo Picón Febres Quinta Feibel Nº 36-63
NR	LIBERTADOR	Restaurant Divan`s C.A.	calle 20, entre Av. 4 y 5, local 19-82
6	LIBERTADOR	Restaurant El Frailejón	Av. Américas Mercado Principal piso 3, cocina Nº 5

Nº	MUNICIPIO	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN
13	LIBERTADOR	Restaurant El Olivo (ECO WILD C.A.)	
8	LIBERTADOR	Restaurant El Rincón Criollo del Gordo C.A.	Av. Gonzalo Picón, local N° 56 Mercado Periférico
8	LIBERTADOR	Restaurant el Sabroso Fogón Andino	Av. Las Américas, Mercado Principal/B modulo Número 35-36
9	LIBERTADOR	Restaurant El Sazón de Nacho	Av. Las Américas , Mercado Principal Módulo B Piso 2 n° 63,77,78 y 79
NR	LIBERTADOR	Restaurant El Terminal	Terminal de Pasajeros
NR	LIBERTADOR	Restaurant Entre Pueblos	La Parroquia
NR	LIBERTADOR	Restaurant France Café Bohemme	Glorias Patrias
NR	LIBERTADOR	Restaurant Hostel Madrid	Calle 23 entre avenida 7y 8
NR	LIBERTADOR	Restaurant Internacional	Av. Universidad al lado de la Panadería Sierra Nevada
12	LIBERTADOR	Restaurant Ksamigo's Bar and Grill (ECO WILD C.A.)	urbanización La Culata, vía El Valle, Hacienda La Culata, casa S/Nº
NR	LIBERTADOR	Restaurant La Campana	Avenida Los Próceres
NR	LIBERTADOR	Restaurant La Casa del Mojo	Calle 20 entre Av. 6y7
NR	LIBERTADOR	Restaurant La Criollita	Avenida Las Américas
7	LIBERTADOR	Restaurant La Fonda de Tía Mila	Vía Los Chorros al lado de la Facultad de Forestal
4	LIBERTADOR	Restaurant La Merideña C.A	AV. Las Américas Mercado Principal Piso 3
7	LIBERTADOR	Restaurant La Nevadita	Av. Las Américas, Mercado Principal, piso 3, modulo B.
NR	LIBERTADOR	Restaurant La Sevillana	Av. Don Tulio Febres Cordero
NR	LIBERTADOR	Restaurant La Trattoria "Da Lino"	Vía Teleférico Sector Seminario
NR	LIBERTADOR	Restaurant La Viña	Av. Los Próceres al lado del Parque Humboldt
5	LIBERTADOR	Restaurant Lubi de Gubertina Ceballo Nava	AV Las Américas Mercado Principal Piso 3
NR	LIBERTADOR	Restaurant Mara	Carretera Principal Sector La Pedregosa
	LIBERTADOR	Restaurant Mi Encanto F.P	Urb. El Valle sector la caña , calle principal, parroquia Gonzalo picón
NR	LIBERTADOR	Restaurant Nuevo Yuan Lin	Avenida Las Américas pasos arriba del Viaducto Campo Elías
NR	LIBERTADOR	Restaurant San Remo	Pedregosa Baja Hotel San Remo
2	LIBERTADOR	Restaurant Típico de Douglas	Avenida Las Américas, Mercado Principal, modulo B, nivel 2 locales 61,62 y 67.
6	LIBERTADOR	Restaurant Yumar	Av. Gonzalo Picón, local N° 52 Mercado Periférico
R	LIBERTADOR	RESTAURANTE CASA VIEJA,C.R.L.	SECTOR FRENTE A CEMENTERIO LA INMACULADA, AVENIDA LOS PROCERES, CASA N° 0-73
NR	LIBERTADOR	Restaurante Chino	Vía Los Chorros de Milla
R	LIBERTADOR	RESTAURANTE MA'MARUCHA, F.P	SECTOR CENTRO, CALLE 25 CON AV. 8, CASA N° 8-35B
NR	LIBERTADOR	Restaurante Pastelitos Plaza de Milla S.R.L	Av. 3 N° 13-63, frente a la plaza de milla

Nº	MUNICIPIO	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO
LIBERTADOR	RESTAURANT PIZZERÍA LA CAMPANA, JR'S, C.A.	AV. LOS PROCERES, Nº 56-24, PARROQUIA MARIANO PICON SALAS
LIBERTADOR	Rincón pizzería Tati	Av. 5, entre calles 23 y 24 Nº 23-43
LIBERTADOR	Roobros Sabor y Exquisiteces C.A.	Avenida Las Américas, cruce esquina viaducto Campo Elías, C.C. Plaza Yuan Lin , Nivel 2 Feria de la Comida
LIBERTADOR	Rosticería Gaetano Café Restaurant C.A.	esquina de la Av. 2 con calle 18. C.C. Las Pirámides, local 8
LIBERTADOR	Sabor & Grill C.A.	Avenida Las Américas, cruce esquina viaducto Campo Elías, C.C. Plaza Yuan Lin , Nivel 2 Feria de la Comida
LIBERTADOR	Sala Comercial Quinta Avenida	Av. 5 entre calles 23 y 24
LIBERTADOR	Sancocho Restaurant Típico C.A.	Av. 5, entre calles 23 y 24
LIBERTADOR	Sombrero Baibu	Avenida Las Américas, cruce esquina viaducto Campo Elías, C.C. Plaza Yuan Lin , Nivel 2 Feria de la Comida
LIBERTADOR	Subway	Avenida Las Américas, C.C. Plaza Mayor , Nivel 2 Feria de la Comida
LIBERTADOR	Tasca Restaurant El Pirata C.A.	Av. 5, Zerpa entre calles 25 y 26 edif. Mamaicha
LIBERTADOR	Tostadas Mayeya Saul's	Av. 6 entre calles 21 y 22 Nº 5-67
LIBERTADOR	Vitro Café C.A.	Avenida Las Américas, C.C. Plaza Las Américas, Urb. Humboldt, nivel Feria de Comida
LIBERTADOR	Yerbabuena Restaurant	Avenida Las Américas, C.C. Plaza Las Américas, Urb. Humboldt, nivel Feria de Comida

Anexo b. Cuestionario estructurado, aplicado en la entrevista de los establecimientos muestreados

CUESTIONARIO A GERENTES DE SERVICIO

N° Encuesta: _____ **Identificación del Establecimiento:** _____

Ubicación: _____

Con el objetivo de determinar el impacto de la pandemia Covid-19, en los costos del servicio presado por los restaurantes de comida rápida, ubicados en el casco central del municipio Libertador del estado Mérida, Venezuela, en la Universidad de Los Andes se desarrolla una investigación para lo que se requiere de su valiosa colaboración, en el sentido de responder el siguiente cuestionario.

Instrucciones: A continuación se enumera una serie de declaraciones relacionadas con sus opiniones sobre sus operaciones. Por favor, díganos honestamente lo que piensa.

Indique las siguientes características presentes en la empresa:

1. **¿La propiedad del restaurante es familiar?** Sí ___ No___

De ser negativa su respuesta, **¿qué tipo de constitución tiene la empresa?:**

2. **¿En qué fecha (mes y año) inició operaciones el establecimiento?,** de no conocer el mes con certeza indique al menos el año: Mes: _____
Año: _____

(De haber comenzado operaciones en fechas posteriores al año 2019, ha finalizado el cuestionario, de lo contrario continúe).

3. Cantidad total de trabajadores en este establecimiento (local), antes, durante la pandemia Covid -19 y en la actualidad:

Cantidad de trabajadores/periodos:	Antes de la pandemia	Durante la pandemia (Cuarentena)	Actualmente:
Entre 0 y 3 trabajadores:			
Más de 3 y menos de 5 trabajadores:			
Más de 5 y menos de 10 trabajadores:			
Más de 10 trabajadores:			

4. Sobre la especialización gastronómica del establecimiento:

4.1. ¿El establecimiento tiene definida la especialidad de los platos que ofrece a sus comensales? Sí___ No___

4.2. ¿Qué platos específicos ofrece el establecimiento, en los lapsos o periodos señalados?

Platos/periodos:	Antes de la pandemia	Durante la pandemia (Cuarentena)	Actualmente:
Hamburguesas			
Submarinos (sándwiches, pepitos)			
Hot Dog (perros calientes)			
Papas fritas			
Pollo frito			
Pizzas			
Refrescos y bebidas envasadas			
Bebidas naturales			
Pastelería y bollería			
Otros			

5. Sobre el servicio prestado y operaciones del establecimiento:

5.1. ¿Qué servicios ha ofrecido el establecimiento a sus clientes, en los lapsos o periodos señalados?

Servicios/periodos:	Antes de la pandemia	Durante la pandemia (Cuarentena)	Actualmente:
Alimentos y bebidas para consumo en el local			
Alimentos y bebidas para llevar			
Alimentos y bebidas con entrega a domicilio (Delivery)			
Celebraciones privadas en el local o reservaciones a eventos especiales			
Reuniones de negocio o de grupos específicos			
Otros eventos			

5.2. Con la finalidad de conocer qué aspectos han cambiado en las operaciones de su negocio, en los diferentes periodos en estudio, indique brevemente cómo han sido sus operaciones en cuanto al uso de utensilios e insumos, personal involucrado, cantidad de operaciones y demás procedimientos.

www.bdigital.ula.ve

Recepción y desembarque de materiales y suministros.	Antes de la pandemia	Durante la pandemia (Cuarentena)	Actualmente:
Uso de utensilios y demás insumos			
Personal involucrado			
Cantidad de operaciones			
Procedimiento			

Almacenamiento de materiales y suministros	Antes de la pandemia	Durante la pandemia (Cuarentena)	Actualmente:
Uso de utensilios y demás insumos			
Personal involucrado			
Cantidad de operaciones			
Procedimiento			
Comunicación con el cliente	Antes de la pandemia	Durante la pandemia (Cuarentena)	Actualmente:
Uso de utensilios y demás insumos			
Personal involucrado			
Cantidad de operaciones			
Procedimiento			
Recepción del cliente	Antes de la pandemia	Durante la pandemia (Cuarentena)	Actualmente:
Uso de utensilios y demás insumos			
Personal involucrado			
Cantidad de operaciones			

Procedimiento			
Recepción de órdenes o pedidos del cliente	Antes de la pandemia	Durante la pandemia (Cuarentena)	Actualmente:
Uso de utensilios y demás insumos			
Personal involucrado			
Cantidad de operaciones			
Procedimiento			
Cobro de pedido	Antes de la pandemia	Durante la pandemia (Cuarentena)	Actualmente:
Uso de utensilios y demás insumos			
Personal involucrado			
Cantidad de operaciones			
Procedimiento			
Consumo	Antes de la pandemia	Durante la pandemia (Cuarentena)	Actualmente:
Uso de utensilios y demás insumos			
Personal involucrado			
Cantidad de operaciones			
Procedimiento			

Despedida del cliente y actividades posteriores (limpieza)	Antes de la pandemia	Durante la pandemia (Cuarentena)	Actualmente:
Uso de utensilios y demás insumos			
Personal involucrado			
Cantidad de operaciones			
Procedimiento			
Actividades especiales, por reservaciones. Celebraciones y eventos	Antes de la pandemia	Durante la pandemia (Cuarentena)	Actualmente:
Uso de utensilios y demás insumos			
Personal involucrado.			
Cantidad de operaciones			
Procedimiento			
Servicio a domicilio (Delivery)	Antes de la pandemia	Durante la pandemia (Cuarentena)	Actualmente:
Uso de utensilios y demás insumos			
Personal involucrado.			
Cantidad de operaciones			
Procedimiento			

5.3. Durante la pandemia Covid-19, ¿El establecimiento cerró sus puertas durante la pandemia? Sí ___ No___

De ser afirmativo, ¿cuánto tiempo estuvo cerrado? _____

De ser negativo ¿Fue afectado el suministro de insumos y mercancías para la producción?

Sí ___

No___

Explique brevemente _____

5.4. ¿Considera usted que la pandemia incrementó el costo de los alimentos y servicios que su establecimiento ofrece?

Sí ___

No___

Indique en términos porcentuales: _____

5.5 ¿Considera usted que la pandemia afectó el nivel de ventas en su establecimiento?

Sí ___

No___

Indique en términos porcentuales: _____

¿Por qué?

5.6. Producto del decreto de prohibición de eventos y reuniones en espacios cerrados, emanado por el Ejecutivo Nacional el 13 de marzo de 2020, en términos generales, ¿Cómo fue afectado el establecimiento? _____

6. Sobre la estructura de costos:

6.1. ¿Conoce la empresa la ganancia obtenida con la venta de cada uno de los platillos y/o servicios que ofrece?

Sí ___

No___

¿Por qué?

6.2. ¿Conoce la empresa el costo de cada uno de los platillos y/o servicios que ofrece?

Sí ____

No ____
¿Por qué?

6.3. De ser afirmativo, ¿Para calcular el costo de los alimentos, hacen uso de recetas estandarizadas?

Sí ____

No ____
¿Por qué?

6.4. ¿Qué concepto considera para calcular dicho costo?, Marque con una “X”, la alternativa que corresponda durante los periodos o lapsos indicados, e indique su comportamiento creciente (C) o decreciente (D).

COSTOS DE ALIMENTOS	Antes de la pandemia	Durante la pandemia (Cuarentena):	Actualmente:	Comportamiento:
Compras de alimentos				
Devoluciones y descuentos de alimentos				
Mermas y desperdicios de alimentos				
Manipulación, fletes, traslado de alimentos				
Envases y envoltorio de alimentos (vajillas desechables y servilletas)				
COSTOS DE MANO DE OBRA	Antes de la pandemia	Durante la pandemia (Cuarentena):	Actualmente:	Comportamiento:
Salarios				
Bonos o primas				
Uniformes e implementos de				

seguridad e higiene laboral (botas, guantes, lentes, gorro, etc.)				
Alimentos consumidos por trabajadores				
Seguridad social (aportes parafiscales)				
OTROS COSTOS DEL SERVICIO	Antes de la pandemia	Durante la pandemia (Cuarentena):	Actualmente:	Comportamiento:
Depreciación de equipos, instalaciones, utensilios de cocinas, mantelería y vajillas no descartables.				
Depreciación de instalaciones y equipos				
Artículos de limpieza				
Ambientación (decoración y música)				
Alquileres o depreciación del local				
Mantenimiento de instalaciones, equipos y lencería no descartable				
Servicios públicos				
GASTOS OPERATIVOS	Antes de la pandemia	Durante la pandemia (Cuarentena):	Actualmente:	Comportamiento:
Sueldos de supervisor o gerentes				
Sueldo de administrador				
Servicios contables y jurídicos				
Intereses y comisiones bancarias				
Alquileres				
Servicios públicos				
Suministros de oficina y de facturación				
Mantenimiento de equipos y mobiliario de oficina				
Publicidad y propaganda				

(manejo de redes sociales)				
Otros				

6.5. En su negocio ¿cuáles son los costos asociados a las medidas de bioseguridad impuestas por la pandemia Covid- 19? (indique su forma de contabilización) (marque con una X):

Implemento:	Para el cliente	Para empleados	Costo del alimento y/o servicio	Gasto operativo
Mascarillas				
Guantes				
Caretas				
Alcohol o antibacterial				
Jabón				
Servilletas o toallas				
Termómetro				
Hipoclorito				
Cabina de desinfección				
Otros				

www.bdigital.ula.ve

6.6. En su negocio ¿se han incrementado las actividades de limpieza y desinfección de espacios, mobiliarios y utensilios como consecuencia de la pandemia Covid- 19?

Sí___

No___

Indique en términos porcentuales: ____

6.7. A las siguientes interrogantes marque con una X la opción que corresponda, y especifique según el caso:

	si	no	Especifique
¿La empresa mide los costos asociados a la calidad de su servicio?			
¿La empresa cuenta con entrenamiento para sus nuevos empleados?			
¿La empresa cuenta con personas que verifiquen que las necesidades del cliente son cubiertas?			
¿De ser negativa la pregunta anterior, tienen un método de saber que el cliente está satisfecho con el servicio?			
¿La empresa contabiliza las materias primas que se dañan por manipulación inadecuada, vencimiento, derramada, dañada, u otro evento donde deje inservible la materia prima o insumos?			
¿La empresa contabiliza los platillos que son rechazados por el cliente? (confusión de comandas, toma errónea de pedido, comida rechazada)			
¿La empresa contabiliza los clientes perdidos por no tener algún platillo de la carta o menú?			
De ser negativas las tres preguntas anteriores, ¿la empresa cuenta con un método para contabilizar las pérdidas del restaurante?			
¿Cuentan con congeladores, cuartos fríos de requerirse, para mantener la cadena de frío de los productos que necesiten estar congelados, o a bajas temperaturas?			

7. Sobre la estructura de costos de calidad:

En el marco de la calidad del servicio, **¿Cuáles de los siguientes conceptos se incurren en el negocio?**, Marque con una “X”, la alternativa que corresponda antes, durante la pandemia Covid y en la actualidad, e indique su comportamiento **Creciente (C)** o **Decreciente (D)**.

COSTOS DE PREVENCIÓN:	Antes de la pandemia	Durante la pandemia (Cuarentena):	Actualmente:	Comportamiento:
Selección e inducción del personal				
Capacitación del personal				
Limpieza				
Preparación y revisión de máquinas				
Reemplazo de uniformes y piezas de maquinarias				
Diseño y actualización de diseños				
Investigación de mercados				
Mantenimiento preventivo de instalaciones				
Almacenamiento de alimentos y demás insumos				
Registro de clientes (entrada y salida)				
Base de datos del servicio y de clientes				
Descarte de materiales y suministros de cocina				
Otros				
COSTOS DE EVALUACIÓN:	Antes de la pandemia	Durante la pandemia (Cuarentena):	Actualmente:	Comportamiento:
Inspección de materiales, productos, procesos e instalaciones				
Supervisión de trabajadores				
Supervisión del cumplimiento de diseños o estándares de cocina				
Servicios de vigilancia				
Otros				

COSTOS DE FALLAS INTERNAS:	Antes de la pandemia	Durante la pandemia (Cuarentena):	Actualmente:	Comportamiento:
Servicio de planta eléctrica				
Mantenimiento correctivo de instalaciones y equipos				
Materiales desperdiciados				
Ausentismo				
Extravíos de utensilios, pérdidas de suministros				
Productos dañados y reprocesamiento de Platos defectuosos				
Otras				
COSTOS DE FALLAS EXTERNAS:	Antes de la pandemia	Durante la pandemia (Cuarentena):	Actualmente:	Comportamiento:
Descuentos especiales por recuperación del servicio				
Obsequios e indemnizaciones				
Demandas legales				
Tiempo de espera para el cliente				
Clientes insatisfechos				
Registro y procesamiento de reclamos de clientes				
Otras				

8. Sobre el diseño de estrategias para la optimización del servicio y la reducción de costos:

Durante el periodo en estudio (*Antes, durante la pandemia -cuarentena- y actualmente*) han desarrollado alguna estrategia para reducir costos y a la vez adecuar el servicio (especifique en caso de ser afirmativo):

Estrategia:	SI	NO
Eliminaciones de actividades en mercadeo, finanzas, abastecimiento, recursos humanos y operaciones	¿Cuáles?: _____ _____ _____	
Reducción de actividades en mercadeo, finanzas, abastecimiento, recursos humanos y operaciones	¿Cuáles?: _____ _____ _____ —	
Aumento de actividades en mercadeo, finanzas, abastecimiento, recursos humanos y operaciones	¿Cuáles?: _____ _____ _____ —	
Creación o desarrollo de actividades en mercadeo, finanzas, abastecimiento, recursos humanos y operaciones	¿Cuáles?: _____ _____ _____ —	

Anexo c. Guía de observación

GUIA DE OBSERVACION

ASPECTOS A OBSERVAR	
ASPECTOS:	Observación:
1. Condiciones estipuladas por el Servicio Autónomo de Contraloría Sanitaria (SACS) (utensilios, espacio, limpieza, luminosidad)	
1.1. Uso de utensilios	
1.2. Uso uniformes de personal (uso de botones o accesorios que puedan caer en los alimentos)	
1.2.1. Limpieza (color del uniforme)	
1.2.2. Uñas, cabello (cortas y sin pintura, cabello recogido)	
1.2.3. Uso de joyería o bisutería	
1.2.4. Uso de calzado (cerrado, adecuado)	
1.2.5. Actitudes antihigiénicas (tocarse la boca, nariz, ojos; o meterse los dedos en oídos, nariz,	
1.3. Condiciones del establecimiento (tamaño adecuado, para la cantidad de empleados)	
1.3.1. Pisos, ventanas y puertas (condiciones)	
1.3.2. Temperatura	

1.3.3. Ventilación (uso de extractor)	
1.3.4. Iluminación (adecuada)	
1.4. Permisos sanitarios (permiso del establecimiento)	
1.4.1. permisología de los empleados (manipulación de alimentos, certificado de salud)	

www.bdigital.ula.ve

Anexo d. Evaluaciones del cuestionario por parte de expertos

EVALUACIÓN DEL CUESTIONARIO

DATOS DEL EVALUADOR

Apellidos y Nombres: Olga M de Paredes

Cédula de Identidad N° V-2.289.410

Profesión: _____

Lugar de Trabajo: FACES-ULA

Área en la que se desempeña: Contabilidad de Costos

EVALUACIÓN DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A LOS GERENTES:

Instrucciones:

En el siguiente cuadro aparecen la identificación de los objetivos específicos así como el número del ítem o pregunta ubicados en el instrumento anterior en el cual se intenta medir cada objetivo específico. Además se presenta información sobre la redacción u orden de los ítems. Usted deberá marca con una equis “X” en la categoría adecuada, según su apreciación, la relación hallada entre el objetivo y el instrumento.

Evaluación del cuestionario (para ser llenado por el evaluador).

ÍTEM	Redacción		Ordenamiento		Pertinencia del ítems con los Objetivos				Objetivos:	Observaciones
	De Acuerdo	En Desacuerdo	De Acuerdo	En Desacuerdo	Excelente:	Bueno:	Regular:	Malo:		

1.	✓		✓			✓			1	
2.	✓		✓			✓			1	
3.	✓		✓			✓			1	
4.	✓		✓			✓			1	
4.1.	✓		✓			✓			1	
4.2.	✓		✓			✓			1	
5.	✓		✓			✓			2	
5.1.	✓		✓			✓			2	
5.2.	✓		✓			✓			2	
5.3.	✓		✓			✓			2	
5.4.	✓		✓			✓			2	
5.5.	✓		✓			✓			2	
5.6.	✓		✓			✓			2	
6.	✓		✓			✓			3	
6.1.	✓		✓			✓			3	
6.2.	✓		✓			✓			3	
6.3.	✓		✓			✓			3	
6.4.		✓	✓			✓			3	Ver observación
6.5.	✓		✓			✓			3	
6.6.	✓		✓			✓			3	
6.7.	✓		✓			✓			3	
7.	✓		✓			✓			4	
8.	✓		✓			✓			5	

Observaciones adicionales: En el ITEMS 6.4 el primer concepto para calcular los costos de los alimentos no debe ser “Compras de los alimentos”, podría ser Alimentos o Ingredientes, porque el concepto Compras..., no es utilizado en la estructura de costos. En otros Costos del Servicio, el primer concepto es “Depreciación de equipos, instalaciones...” y la siguiente cuenta es: Depreciación instalaciones y equipos. Se repite el concepto. También, entre los mismos, se tiene Alquileres o depreciación del local. Solo debe ser Alquileres, porque la depreciación del local es la depreciación de las instalaciones.

DATOS DEL EVALUADOR

Apellidos y Nombres: Profa. María Alejandra Rosales Lobo

Cédula de Identidad N° V-11956135

Lugar de Trabajo: Universidad de Los Andes.

Área en la que se desempeña: Miembro del Grupo de investigación en Desarrollo Turístico.

EVALUACIÓN DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A LOS GERENTES:

Instrucciones:

En el siguiente cuadro aparecen la identificación de los objetivos específicos, así como el número del ítem o pregunta ubicados en el instrumento anterior en el cual se intenta medir cada objetivo específico. Además, se presenta información sobre la redacción u orden de los ítems. Usted deberá marca con una equis “X” en la categoría adecuada, según su apreciación, la relación hallada entre el objetivo y el instrumento.

Evaluación del cuestionario (para ser llenado por el evaluador).

ÍTEM	Redacción		Ordenamiento		Pertinencia del ítems con los Objetivos				Objetivos:	Observaciones
	De Acuerdo	En Desacuerdo	De Acuerdo	En Desacuerdo	Excelente:	Buena:	Regular:	Mala:		
	1.	X		X			X			1
2.	X		X		X				1	
3.	X		X		X				1	
4.	X		X		X				1	
4.1.	X		X		X				1	
4.2.	X		X		X				1	

5.	X		X		X				2	
5.1.	X		X		X				2	
5.2.	X		X				X		2	La tabla debería ser más específica porque pide tipo de operaciones y personal involucrado, dejarlo abierto puede llevar al sesgo. Dice uso de utensilios pudiera ser tipo de utensilio!
5.3.		X		X		X			2	Debe mejorar la redacción, es redundante
5.4.	X		X		X				2	
5.5.	X		X		X				2	
5.6.	X		X		X				2	
6.	X		X		X				3	
6.1.	X		X		X				3	
6.2.	X		X		X				3	
6.3.	X		X		X				3	
6.4.	X		X		X				3	
6.5.	X		X		X				3	
6.6.	X		X		X				3	
6.7.	X		X		X				3	
7.	X		X		X				4	
8.	X		X		X				5	

Observaciones adicionales:

EVALUACIÓN DEL CUESTIONARIO

DATOS DEL EVALUADOR

Apellidos y Nombres: MORILLO MORENO MARYSELA COROMOTO

Cédula de Identidad N° V- 11320854

Profesión: Contador público

Lugar de Trabajo: Universidad de los Andes FACES

Área en la que se desempeña: Docencia e investigación en gestión de costos y administración de servicios turísticos.

EVALUACIÓN DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A LOS GERENTES:

Instrucciones:

En el siguiente cuadro aparecen la identificación de los objetivos específicos así como el número del ítem o pregunta ubicados en el instrumento anterior en el cual se intenta medir cada objetivo específico. Además se presenta información sobre la redacción u orden de los ítems. Usted deberá marca con una equis “X” en la categoría adecuada, según su apreciación, la relación hallada entre el objetivo y el instrumento.

Evaluación del cuestionario (para ser llenado por el evaluador).

ÍTEMIS	Redacción		Ordenamiento		Pertinencia del ítems con los Objetivos				Objetivos:	Observaciones
	De Acuerdo	En Desacuerdo	De Acuerdo	En Desacuerdo	Excelente:	Bueno:	Regular:	Malo:		
	1.	X		X		X				1
2.	X		X		X				1	
3.	X		X		X				1	

4.	X		X		X				1	
4.1.	X		X		X				1	
4.2.	X		X		X				1	
5.	X		X		X				2	
5.1.	X		X		X				2	
5.2.	X		X		X				2	
5.3.	X		X		X				2	
5.4.	X		X		X				2	
5.5.	X		X		X				2	
5.6.	X		X		X				2	
6.	X		X		X				3	
6.1.	X		X		X				3	
6.2.	X		X		X				3	
6.3.	X		X		X				3	
6.4.	X		X		X				3	
6.5.	X		X		X				3	
6.6.	X		X		X				3	
6.7.	X		X		X				3	
7.	X		X		X				4	
8.	X		X		X				5	

Observaciones adicionales: