



**Universidad  
de Holguín**

CENTRO UNIVERSITARIO  
MUNICIPAL  
**MAYARÍ**

Tesis presentada en opción al título de  
Licenciada en Contabilidad y Finanzas.

**Título:** Propuesta de precios de los productos gastronómicos elaborados en la UEB  
“La Holguinera”, en Mayarí.

Autora: Yoleidis Fernández de la Paz.

Tutor: MSc. Marcos Manuel Martín Mata.

Mayarí 2022.

## **AGRADECIMIENTOS**

Primeramente, quisiera agradecer a toda mi familia por el apoyo brindado durante toda mi etapa de estudios, en especial a mis padres, mi hijo y mi esposo porque sin ellos no hubiera sido posible seguir adelante, por su incondicional ayuda, además de haber estado presentes cada vez que la necesité, ya fuere por un problema de la escuela o personal,

A todos mis profesores que con su dedicación hicieron de mí una mejor estudiante.

A mi tutor, Marcos Martín Mata, por sus recomendaciones, su ayuda, su paciencia y por todo lo que he aprendido de él, bajo su tutela.

## **DEDICATORIA**

La familia es la célula fundamental de la sociedad”. A ella debo todo mi desempeño como estudiante.

Seis años han pasado y puedo presentar este trabajo de diploma que quiero dedicar a mi mamá que ha sido el motor impulsor, por haberme guiado por el camino correcto y siempre haber estado a mi lado.

A mi esposo por las noches de desvelo junto a mí acompañándome en cada letra.

A mi niño por el tiempo que he dejado de dedicarle para llevar a cabo esta investigación.

A mis amistades y a todos los que de una forma u otra me han brindado su ayuda.

## **RESUMEN**

La presente investigación fue realizada en la UEB de gastronomía “La Holguinera” del municipio de Mayarí, con el objetivo es diseñar un sistema para establecer los precios de los platos y productos ofertados que cumpla con los requerimientos de la legislación vigente en la materia, partiendo de la facultad dada de elaborar sus propios precios.

Consta de dos capítulos: en el primero se abordan los elementos teóricos del objeto de estudio de la investigación, resultado de la búsqueda bibliográfica y un segundo capítulo donde se presenta la propuesta de un sistema de precios y su procedimiento de cálculo, introduciendo una herramienta informática para calcular los mismos. En todos los casos se ha respetado la Resolución 21/1999 y sus Instrucciones 16/2000 y 36/2001, todas del Ministerio de Finanzas y Precios. Los resultados obtenidos del proceso investigativo fueron: se elaboraron las fichas de precios de determinados productos, empleando la metodología del Ministerio de Finanzas y Precios.

## **Abstrac**

The present investigation was carried out in the UEB of gastronomy "La Holguinera" of the municipality of Mayarí, with the objective of designing a system to establish the prices of the dishes and products offered that meets the requirements of the current legislation on the matter, starting of the faculty given to elaborate their own prices.

It consists of two chapters: the first addresses the theoretical elements of the object of study of the research, the result of the bibliographic search and a second chapter where the proposal for a price system and its calculation procedure is presented, introducing a computer tool to calculate them. In all cases, Resolution 21/1999 and its Instructions 16/2000 and 36/2001, all from the Ministry of Finance and Prices, have been respected. The results obtained from the investigative process were: the elaboration of the price sheets of certain products, using the methodology of the Ministry of Finance and Prices.

# INDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
<b>CAPITULO I: MARCO TEÓRICO - REFERENCIAL DE LA FORMACIÓN DE PRECIOS DE LOS PRODUCTOS GASTRONÓMICOS.</b>	<b>4</b>
1.1. <i>Evaluación teórico – referencial de la formación de precios de los productos gastronómicos.</i>	4
1.2. <i>Caracterización de los instrumentos metodológicos de la formación de precios de los productos.</i>	11
1.3. <i>Diagnóstico de la formación de precios de los productos gastronómicos en la UEB.</i>	15
<b>CAPITULO 2: FUNDAMENTACIÓN DE LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS GASTRONÓMICOS EN LA UEB “LA HOLGUINERA.”</b>	<b>31</b>
2.1 <i>Fundamentación de los precios de los productos gastronómicos en la UEB, basado en el método de gasto.</i>	31
2.1.1 Método de fijación de precios basado en el costo	32
2.1.2 Método de fijación de precios basado en la demanda	33
2.1.3 Método de fijación de precios basado en la competencia	33
<b>CONCLUSIONES:</b>	<b>41</b>
<b>RECOMENDACIONES:</b>	<b>42</b>
<b>BIBLIOGRAFIA</b>	<b>43</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>44</b>

## **INTRODUCCIÓN**

Desde tiempos remotos el hombre ha tratado de encontrar la manera de expresar el valor de los productos que produce y consume. El entorno competitivo en la actualidad provoca que las empresas realicen grandes esfuerzos por mantenerse en el mercado y de prosperar ofreciendo productos y servicios que su precio esté al alcance del cliente y que a su vez satisfaga la recuperación de los costos de producción. Por ello la valoración justa de lo que se oferta con calidad, y el establecimiento de precios, constituye uno de los pilares básicos de la administración hoy en día, erigiéndose en uno de los mecanismos estratégicos más importantes para las empresas. El entorno nacional no puede estar ajeno a la situación internacional actual de gran competencia, por ello se les exige a las empresas cubanas para que, a través de la aplicación y cálculo adecuado de los costos, sean capaces de implementar precios competitivos a sus producciones sin afectar al correcto equilibrio del mercado y el bienestar de los consumidores, de este modo afirman su permanencia en el mercado nacional e incrementan sus exportaciones. Existen muchas empresas que, aunque están inmersas en el proceso de perfeccionamiento empresarial, no cuentan con un sistema de costos, que les permita calcular adecuadamente los precios de sus ofertas. El trabajo investigativo se desarrolla en la UEB La Holguinera de Mayarí, perteneciente Empresa Municipal de Comercio y Gastronomía de Mayarí, adscrita al Ministerio de Comercio Interior (MINCIN); su objeto social es la venta de productos gastronómicos, incluyendo la elaboración de los mismos.

La entidad presenta un sistema de precios desactualizado, el que incluye costos relacionados con toda la actividad organizativa y no segrega los gastos de administración de los de operaciones de manera que los precios incluyen sus deficiencias, y son precisamente los consumidores los que tienen que asumirlas. Para la aplicación de los costos en la producción de los alimentos, y por tanto el cálculo efectivo de los precios de los productos elaborados, son los problemas que han de resolverse para determinar los costos de los productos elaborados.

Todo este análisis demuestra como **problema social** la existencia de limitaciones en el proceso de determinación de los precios de los productos ofertados, basados en el cálculo de los costos de elaboración de cada uno.

El análisis realizado permite definir como **problema profesional** el siguiente:

¿Cómo calcular los precios de los productos elaborados, que se ofertan en la UEB “La Holguinera de Mayarí”, ¿para la toma de decisiones?

Este problema se manifiesta en el **objeto de estudio**: los precios de los productos, y como **objetivo general**: calcular los precios de los productos alimenticios en la UEB “La Holguinera de Mayarí”.

Además, como **campo de acción**: la formación de los precios de los productos de gastronomía.

En busca de darle cumplimiento al objetivo general se concreta a través de los objetivos específicos siguientes:

1. Caracterizar en los fundamentos teóricos y referenciales de los precios de los productos y su formación.
2. Caracterizar los instrumentos metodológicos de la formación de precios de los productos.
3. Realizar un diagnóstico del estado actual de la formación de precios en la UEB “La Holguinera de Mayarí”.
4. Fundamentar los precios de los productos gastronómicos en la UEB, basado en el método de gasto.

A partir de lo antes expuesto se formula la siguiente idea a defender: la fundamentación de los precios de los productos gastronómicos en la UEB “La Holguinera”.

Fueron utilizados los métodos teóricos siguientes:

El histórico para profundizar en los elementos históricos relacionados con los precios y la producción mercantil.

El lógico con el hipotético deductivo para precisar la hipótesis de la investigación.

De los **métodos empíricos** se utilizó:

La observación científica para analizar el nivel de las ventas, la utilización de los recursos materiales, afluencia y preferencia del público en la UEB La Holguinera.

De los **procedimientos de la investigación** se recurrió:

El análisis y la síntesis, para el estudio de la bibliografía relacionada con los precios y sus características.

De las **técnicas de investigación** se manejó:

Las entrevistas y encuestas para determinar los elementos que inciden de forma negativa en la aplicación de los precios a los productos elaborados.

El **Aporte** de esta investigación es la implementación de un procedimiento para conformar precios de productos elaborados en la UEB La Holguinera a partir de los costos de producción.

El presente trabajo se encuentra estructurado con la introducción, dos capítulos, conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos. En el capítulo uno aparece el análisis histórico de los precios, así como la caracterización de la UEB gastronómica La Holguinera, ubicada en Mayarí y en el capítulo dos se localiza la fundamentación de los precios de los productos gastronómicos en la UEB, basado en el método de gasto.

# **CAPITULO I: MARCO TEÓRICO - REFERENCIAL DE LA FORMACIÓN DE PRECIOS DE LOS PRODUCTOS GASTRONÓMICOS.**

Los objetivos de este capítulo son caracterizar en los fundamentos teóricos y referenciales de los precios de los productos y su formación. Caracterizar los instrumentos metodológicos de la formación de precios de los productos. Realizar un diagnóstico del estado actual de la formación de precios en la UEB “La Holguinera de Mayarí”.

## **1.1. Evaluación teórico – referencial de la formación de precios de los productos gastronómicos.**

El precio surgió hace miles de años, cuando en el intercambio de mercancías apareció el dinero y representa, desde entonces, una categoría indispensable de la producción mercantil. El precio cambia de contenido socioeconómico con los cambios ocurridos en el carácter de la producción mercantil.

Por esta razón el precio tiene en cualquier régimen social (capitalismo, socialismo) rasgos comunes, pero también diferencias sustanciales en su contenido y funciones.

La noción práctica que todos tenemos respecto al precio es que este es la cantidad de dinero que debe pagarse por la adquisición de una mercancía o un servicio recibido. Para adoptar una definición más completa se debe decir que el precio es la expresión en dinero del valor de la mercancía. El precio también puede definirse como el valor de mercado de los bienes medido a través de lo que un comprador está dispuesto a dar para obtenerlos. Las mercancías poseen valor de uso, es decir, son objetos útiles, satisfacen necesidades concretas, y al mismo tiempo poseen valor.

En el capitalismo el precio, al igual que otras categorías, refleja las relaciones de

explotación de los trabajadores por los capitalistas. En las relaciones monetario-mercantiles la ley fundamental es la del valor, la cual manifiesta como ley económica del intercambio mercantil. En este sentido se conoce que el valor de las mercancías se mide por los gastos del trabajo socialmente necesarios en la producción de cada tipo de productos.

Precios en economía es el valor de mercado de los bienes, en términos de los que un comprador está dispuesto a dar para obtenerlos. Normalmente los precios se expresan en función de una cantidad de dinero (de hecho, la principal razón por la que se utiliza el dinero reside en su utilidad para reflejar el valor de los precios), pero en los sistemas de trueques los precios vienen dados por el valor de un bien en relación con otros bienes, a su vez, tienen un determinado valor, por lo que todos los precios de todos los bienes se determinan mutuamente sin que intervenga el dinero.

El término producción mercantil se define como una organización de la economía social en la cual los productores están aislados y cada productor se especializa en la producción de un producto determinado, de forma que para satisfacer las necesidades sociales es indispensable la compra - venta de productos en el mercado, los cuales por esta razón se convierten en mercancías.

### **Precio producción**

Algunos autores definen el *precio de producción como el precio de la mercancía en la economía capitalista que es igual al costo de producción más la ganancia media.*

El precio de producción es una forma transfigurada del valor de la mercancía. La transformación del valor en precio de producción es el resultado del desarrollo histórico de la producción capitalista. En la producción mercantil simple y en los evadíos iniciales del modo capitalista de producción, las mercancías se vendían en precios próximos o iguales al valor, pues las ramas de la producción se hallaban aún poco ligadas entre sí, existían varios obstáculos para la libre transferencia de capitales de unas a otras. Debido al desarrollo desigual de la economía capitalista, unas ramas, por su dotación técnica se adelantan a las otras. En las primeras, la

composición orgánica del capital es más elevada, y la cuota de ganancia es, correspondientemente inferior a la que se da en las otras. Ello hace que entre los capitalistas de las diferentes ramas de producción se agudice la lucha competitiva por la aplicación más rentable del capital.

Cada capitalista deseoso de obtener un beneficio máximo, invierte su capital en las ramas con mayor cuota de ganancia, lo cual provoca una constante traslación de capitales y se crean condiciones más o menos iguales para la actividad de los capitalistas tanto en las ramas de la baja composición orgánica del capital como en las ramas en que esta composición es alta, es decir, se forma una cuota media (general) de ganancia para capitales de la misma cuantía. El que los precios de producción se aparten de su valor no es óbice para que rijan la ley del valor, dado que la suma de los precios de la producción de las mercancías siempre es igual a la suma de sus valores. Tan sólo significa que la plusvalía producida por toda la clase obrera se redistribuye entre los capitalistas en consonancia con el volumen de los capitales invertidos.

De la categoría *precio de producción* se sigue que toda la clase capitalista está igualmente interesada en la explotación de toda la clase obrera. Mientras que en la época del capitalismo premonopolista, las mercancías, en las condiciones del imperialismo, los grandes monopolios venden sus mercancías a elevados precios monopolistas que tienen por base interna el precio de producción y son sensiblemente más elevados que dicho precio.

### **Precio de monopolio**

Monopolio: único productor de un bien. Sabe que sus acciones afectan los precios del mercado. Es una empresa que es la única productora de un bien que no tiene sustitutos cercanos. Una industria controlada por un monopolista se denomina monopolio.

Al igual que en el mercado competitivo, el monopolio trata de maximizar su beneficio, por ello decidirá producir siempre y cuando el ingreso marginal (el de la última unidad producida) sea mayor que su coste marginal.

Al igual que vimos al analizar el mercado perfectamente competitivo, el monopolio se situará en el punto de corte de la curva de ingreso marginal con la curva de coste marginal.

Las líneas de costos (coste marginal y coste total medio) de un monopolio son similares a las de una empresa competitiva; pero mientras en el mercado perfectamente competitivo. El ingreso marginal es igual al precio y es igual para cada nivel de actividad (línea recta horizontal situada al nivel del precio), en el mercado monopolístico este ingreso marginal es una curva descendente. El monopolio se enfrenta a una curva de demanda de pendiente negativa: en función del precio que fije los compradores demandarán más cantidad o menos.

Por ello, el monopolio si quiere incrementar sus ventas tiene que bajar el precio. Esta disminución del precio no sólo afecta a la última unidad, sino que afecta a la totalidad de sus ventas (ya que todas las ventas se realizan al mismo precio). Esto determina que la curva de ingreso marginal tenga también pendiente negativa. Coincide con la curva de demanda en el origen, pero a partir de ahí va evolucionando por debajo de dicha curva pudiendo llegar a ser negativa.

### **Los precios en el pensamiento económico antes de Carlos Marx.**

Para **William Petty**, ideólogo de la burguesía inglesa, lo más importante en lo relativo al precio era el trabajo, el que le daba valor a los productos. Determinaba el precio natural de una mercancía como la cantidad de tiempo empleado en su fabricación y señala que el precio natural de la mercancía es directamente proporcional al trabajo necesario para extraerlo.

Debemos hacer especial énfasis en el hecho de que Petty no podía aún distinguir el valor del cambio, ni tampoco el valor del precio. Aquí no profundiza aún en los fenómenos económicos, relacionados con el valor de cambio. Se limita únicamente a resaltar su precio natural en el proceso del intercambio de mercancías.

Por su parte **Adam Smith**, diferenciaba el precio real del precio de mercado de los artículos. Para él, el precio real lo constituía el precio de los productos resultante de la división del trabajo y estaba determinado por este; el nominal lo definía como el

precio de los productos en dinero. También consideró que el análisis del valor de cambio debería incluir los siguientes puntos: determinar el precio verdadero del producto y mostrar las partes de que consta.

**William Petty** creía que la riqueza de la sociedad lo constituye sólo el dinero, mientras que **Adam Smith** opinaba que se debe a los productos, entre los cuales incluye el dinero, y que el intercambio de éstos no es más que el trueque de una clase de trabajo por otra. **Petty** consideraba que el valor de cambio existe de hecho de estar expresado en dinero; es decir, limitaba el valor de cambio al precio del producto; **Smith**, por el contrario, trataba de explicar el precio mediante el valor de cambio, que determina la proporción cuantitativa del intercambio de productos, según el trabajo realizado para su producción.

Otro de los economistas, **David Ricardo**, en sus estudios sobre el precio natural y el precio del mercado considera al trabajo como base del valor de los bienes y la cantidad comparativa de trabajo que es necesaria para su producción, como la regla que determina las cantidades respectivas de bienes que deben entregarse a cambio de cada uno de los otros. En el curso ordinario de los acontecimientos, no hay bien que pueda surtirse por mucho tiempo, precisamente en el grado de abundancia necesario para satisfacer las necesidades y deseos del género humano, y, por consiguiente, no existe ninguno exento de las variaciones accidentales y temporales del precio.

Sólo a consecuencia de dichas variaciones se aporta precisamente el capital, en la abundancia requerida, y nada más, para la producción de los diferentes bienes que integran la demanda. Al aumentar o disminuir el precio, las unidades se elevan por encima o se reducen por debajo de su respectivo nivel general, y el capital o bien resulta estimulado a participar donde ocurrió la variación, o se la previene que debe abandonar el empleo.

Para el economista y empresario textil francés **Jean Batististe Say**, el precio se establece conforme a la relación entre la cantidad de la mercadería que está en venta y la que se quiere comprar. Cuando es más la abundancia de un género con

respecto a lo que se busca, tanto más baja su precio; y, al contrario, sube tanto aumenta cuanto es mayor la cantidad que se busca que la que se encuentra.

### **Los precios en el pensamiento económico después de Carlos Marx.**

El economista y filósofo inglés **William Stanley Jevons** llega a la conclusión de que no es el trabajo, sino la “rareza” del objeto, quien determina su precio. Jevons omite, en este caso, la circunstancia explicada por Marx, de que el valor lo determina el trabajo social que es necesario emplear y no el trabajo individual. Considera en general, absurda la idea del valor absoluto. Reduce el problema del valor a los precios. Según él, el precio es “la proporción en el cambio”. La palabra precio significa únicamente que por determinada cantidad de una cosa se obtiene una determinada cantidad de otra. “El precio es el número de monedas que damos por una cosa”.

El economista y profesor **Alfred Marshall** expuso su teoría a finales del siglo XIX. En aquel período, el capitalismo había entrado en su fase superior y última, en la fase del imperialismo. La aparición y crecimiento de los monopolios hicieron más penoso el yugo del capital sobre las masas trabajadoras que originaron fuertes protestas.

Para **Marshall** el término valor es relativo y expresa la relación de cambio entre dos cosas en un lugar y tiempo determinados. Siendo la expresión de los valores de cada cosa en dinero su precio, la teoría económica principal de **Marshall** es la formación de precio del mercado. Las fuerzas que actúan tras la demanda y la oferta son, para él, los precios y, por ende, en el valor, en condiciones de libre competencia. En el precio influyen tanto demanda como la oferta. Tras las demandas están las fuerzas subjetivas que influyen en la formación del precio de la utilidad marginal, la que se manifiesta en la formación del precio de demanda de los compradores; tras la oferta actúan los costos de producción de los vendedores. El precio de mercado se forma por la interacción de los precios de la demanda y los precios de la oferta.

### **Los precios en las economías de libre mercado.**

Se conoce como *libre mercado* a aquel donde el precio de cada bien o servicio es acordado por el consentimiento mutuo de los vendedores y de los compradores.

El libre mercado es lo contrario a un mercado controlado, donde la fuente (suministros) y el precio son fijados por el gobierno, una empresa (monopolio) o varias empresas (oligopolio); sin embargo, mientras que en un libre mercado se hace necesario que el gobierno no dicte precios, también requiere que entre los participantes de la transacción comercial no haya coerción, ni fraude de modo que todas las transacciones sean moralmente voluntarias. EL libre mercado es un mercado idealizado donde todas las transacciones de dinero, productos y servicios están libres de coerción y robo. El libre mercado es un concepto tanto ético como económico.

El libre mercado implica la presencia de competencia, aunque de facto se presenten monopolios. A menudo connota la presencia de la motivación de ganancia, aunque ni la motivación de ganancia ni las ganancias sean suficientes para la existencia del libre mercado. Se entiende que en todos los libres mercados incluyen individuos y empresas emprendedoras. Típicamente el libre mercado moderno incluiría entre otros aspectos, bolsa de valores, sector de servicios financieros, pero estos no la definen.

En el libre mercado el precio está determinado por la oferta y la demanda. Si la demanda aumenta el precio tiende a aumentar y viceversa; si la oferta aumenta el precio tiende a disminuir. La magnitud del cambio en el precio viene determinada, en el primer caso por la elasticidad de la oferta y, en el segundo por la elasticidad de la demanda.

### **Funciones de los precios**

En el libre mercado el precio desempeña dos funciones fundamentales:

1. Indica a los productores si la oferta debe adaptarse a las demandas cambiantes.
2. Raciona las ofertas disponibles entre los consumidores.

### **Formación de los precios en las economías de libre mercado**

Tanto los factores de la oferta como los de la demanda determinan los precios de

los bienes: los precios disminuirán si hay exceso de oferta y aumentarán si la demanda es excesiva, hasta que alcance el equilibrio. Del lado de la oferta, los precios vienen dados por los costos de producción y distribución, que a su vez están determinados por la escasez de materia prima, la tecnología y las limitaciones de tipo organizativo.

La demanda es la suma de las decisiones independientes de los consumidores de un mercado que pretenden maximizar su utilidad.

Los precios son el principal mecanismo de ajuste de la oferta y la demanda, ya que el precio de cualquier bien, como hemos visto anteriormente, en una economía de libre mercado, tiene que alcanzar el punto donde se equilibre la producción y el consumo: este precio de equilibrio refleja el punto donde concuerda lo que los productores pueden costear y lo que los consumidores están dispuestos a pagar. Por lo tanto, los precios determinan qué y cuánto se produce, cómo se produce y quién puede comprarlo. Son un aspecto crucial de la ciencia económica, especialmente en microeconomía.

## **1.2 Caracterización de los instrumentos metodológicos de la formación de precios de los productos.**

### **Como fijar el precio**

La competencia de precios es el problema más grave que enfrentan las empresas. Pese a ello, muchas empresas no manejan bien la fijación de precios.

Los errores más comunes:

1. La fijación de los precios está demasiado orientada a los costos.
2. Los precios no se modifican con la frecuencia suficiente para aprovechar los cambios del mercado.
3. El precio se fija con independencia del resto de la mezcla de marketing y no como un elemento intrínseco de la estrategia de posicionamiento en el mercado.

4. El precio no es lo bastante variado para los diferentes artículos, segmentos de mercado y ocasiones de compra.

Una empresa debe poner un precio inicial cuando desarrolla un nuevo producto, cuando introduce su producto normal en un nuevo canal de distribución o área geográfica y cuando licita para conseguir contratos nuevos.

La empresa debe decidir donde posesionará su producto en cuanto a calidad y precio.

### **La política de precios en Cuba.**

Una primera aproximación a la política de Precios puede sintetizarse a partir de los elementos que la integran. De esta forma consiste en las decisiones que se adoptan para concebir coherentemente las estrategias y tácticas en la referente formación, la aprobación y el control de los precios.

Por formación de precios identificamos las definiciones que se adoptan acerca de los métodos de formación de precios y la combinación específica de los elementos que los conforman, como pueden ser las fichas de costos, utilidad o precisiones acerca de las restricciones en la utilización de determinados métodos.

La aprobación es la modificación o fijación de los precios, precisando las entidades a las que se les puede otorgar la facultad para aprobar precios, así como las condiciones que se definen previamente para su cumplimiento.

El control lo constituyen las medidas para fiscalizar y hacer cumplir las disposiciones adoptadas en la formación y aprobación de los precios.

En Cuba se reconoce que la política de precios es otro instrumento de perfeccionamiento y regulación de la economía. En la Resolución Económica del V Congreso del PCC se plantea: "En cuanto a precios, sin perder el carácter centralizado de las decisiones de su política, se deben establecer enfoques congruentes con los cambios del sistema empresarial, que tiendan a evitar los precios monopólicos y las ganancias injustificadas por esta causa". En nuestro país no es el mercado el que determina el nivel de los precios, aunque si se reconoce su existencia para las definiciones de la política de precios.

Objetivos y elementos condicionantes de la actual Política de Precios en Cuba

Entre los objetivos generales que deben alcanzarse por la actual Política de Precios previstos en la Resolución Económica del V Congreso del PCC se encuentran:

- 1) Incrementar la eficiencia económica y la competitividad, como factor imprescindible para el éxito de la construcción del socialismo en nuestro país.
- 2) Continuar elevando el nivel y la calidad de vida del pueblo.
- 3) Favorecer a la inserción de nuestra economía en el área regional e internacional.

El reto de alcanzar estos objetivos se logra a partir del diseño determinado que tengan los métodos de formación de precios para cada una de las ramas o sectores de la economía. A su vez este diseño está condicionado por los rasgos más generales de la economía cubana que le impone determinadas premisas que con las cuales debe lograr coherencia para que los propósitos estén por un lado y los resultados por otro.

Un ejemplo de lo anterior que ilustra es que no puede diseñarse una política de precios minorista que no tenga presente los altos niveles de liquidez monetaria que hay en la población.

Entre las condiciones específicas más significativas de la economía cubana que influyen en la política de precios se encuentran:

- El crecimiento del Producto Interno Bruto.
- El incremento de la liquidez monetaria de la población. Es de señalar que, aunque no existen las grandes disparidades en los ingresos como en el resto del mundo si hay en nuestro país personas que sus ingresos acumulados les permiten aceptar precios superiores al resto de la población.
- La comercialización en divisas paralelamente a otros mercados. La introducción en nuestro país de varios cientos de millones de dólares provoca la entrada de dinero a la circulación, tanto en moneda nacional como en divisas, sin justificación económica.
- La estructura productiva y administrativa de la economía del país.
- La prioridad que tienen los proyectos sociales y las decisiones políticas para

beneficiar a la mayoría en correspondencia con el carácter socialista de nuestro proceso.

### **La Implementación del Proceso de Ordenamiento Monetario**

La actualización del modelo económico cubano requiere un avance superior en la ejecución de los lineamientos vinculados a los ámbitos de la vida económica y social del país, y que el peso cubano recupere las funciones del dinero, por lo que resulta necesario disponer la implementación del proceso de ordenamiento monetario, que comprende los aspectos siguientes:

- a) Unificación monetaria y cambiaria.
- b) Corrección de precios relativos en el segmento de las personas jurídicas a favor de la eficiencia económica, tomando en cuenta los impactos sociales y como consecuencia de la devaluación del peso cubano en estas.
- c) Eliminación de subsidios excesivos y gratuidades indebidas con el objetivo de hacer una redistribución diferente de los recursos disponibles en la economía; para ello se realizará una corrección de precios minoristas de los mercados normados y liberados en pesos cubanos con el fin de que sean continuidad de los precios mayoristas. Asimismo, los subsidios se otorgan a las personas en lugar de a los productos, hasta que, de forma gradual, estas puedan financiar el consumo con sus ingresos.
- d) Transformación en la distribución de los ingresos de la población, en lo referido a salarios, pensiones y prestaciones de la asistencia social. Realizar la reforma integral de salarios, pensiones y prestaciones de la asistencia social, que permita la eliminación gradual de los subsidios excesivos y gratuidades indebidas y las distorsiones salariales existentes; así como lograr que el salario se convierta en la fuente principal para financiar el consumo del trabajador y su familia.

Del mismo modo, elevar el salario mínimo, en correspondencia con el costo de la canasta de bienes y servicios que satisfaga los requerimientos nutricionales mínimos del trabajador y su familia.

Como resultado de la unificación cambiaria se devalúa la tasa de cambio del peso

cubano frente a las monedas extranjeras en el segmento de las personas jurídicas y se establece una sola tasa de cambio del peso cubano para toda la economía.

### **La descentralización de la facultad de aprobar precios**

En Cuba, las decisiones sobre la formación, aprobación y control de los precios están asignados al Ministerio de Finanzas y Precios mediante el Acuerdo 8301, del Consejo de Ministros, del 26 de enero de 2018, se aprobaron las funciones específicas del Ministerio de Finanzas y Precios, entre las que se encuentra la regulada en el apartado Primero, numeral 11, de dirigir y controlar la ejecución de la política en materia de formación, fijación y modificación de precios y tarifas.

La facultad de precios delegada por el Ministerio de Finanzas y Precios a una entidad determinada no puede ser delegada a otra, aunque se le subordine directamente. El MFP ha continuado el proceso de descentralización de estas facultades a aquellos organismos, órganos y empresas que cumplen las condiciones necesarias, entre las que se encuentran: personal suficientemente preparado para esta función; tener diseñado controles adecuados para su cumplimiento y que cumplan las indicaciones generales emitidas por el MFP.

La descentralización de la facultad de aprobar precios a otra entidad puede ser revocada cuando se decida por el MFP que no han cumplido las disposiciones previamente establecidas por el MFP. Con la Tarea Ordenamiento se faculta a muchas empresas para formar sus precios.

## **1.3 Diagnóstico de la formación de precios de los productos gastronómicos en la UEB.**

### **Modelo de Gestión Estatal de la Unidad Gastronómica de Subordinación Local.**

Las medidas para el perfeccionamiento del comercio minorista de subordinación local, implica una transformación en su modelo de gestión estatal, con el objetivo de

colocar a las unidades gastronómicas en condiciones similares de las formas de gestión no estatal y además como vía para dinamizar la economía en el municipio. Para lograr este propósito se requiere de la aplicación consecuente de una política de cuadros, transformar los recursos humanos, flexibilizar el funcionamiento de las administraciones de las unidades gastronómicas, diseñar un mecanismo comercial y financiero para adquirir directamente los aseguramientos e insumos y delegar a su director las facultades que le permitan la autonomía y responsabilidad en su gestión. Es por ello que, el 11 de diciembre del 2020, el Consejo de Ministros de la República de Cuba aprobó el Decreto 28, que establece el Modelo de Gestión Estatal de la Unidad Gastronómica de Subordinación Local.

Mediante el mencionado decreto se establece un modelo de gestión para las unidades gastronómicas de subordinación local, como unidades empresariales de base (UEB) con características especiales.

Con esta nueva forma de gestión, la unidad gastronómica constituye un modelo de gestión estatal para la producción de bienes y la prestación de servicios y es gestionada con autonomía comercial, económica y financiera, cubre sus gastos con sus ingresos, genera utilidades y se subordina a la empresa a la que está integrada. Según lo expresado en el Decreto 28 del Consejo de Ministros de la República de Cuba, en el Artículo 6, correspondiente a las facultades del director de la unidad gastronómica, de la Sección Segunda, en su Capítulo III, en el numeral 8, “aprobar precios y tarifas minoristas de los productos y servicios que comercializa”.

#### **Procedimiento uniforme que permita calcular los precios de gastronomía.**

La Resolución no 21, emitida por el Ministerio de Finanzas y Precios el 11 de 1999, tiene como objetivos instrumentar la aplicación de los Lineamientos Generales de Política de Precios en moneda nacional, incluyendo los procedimientos metodológicos generales para la formación y aprobación de los precios mayoristas, minoristas, así como las tarifas de servicios técnico- productivos y a la población, unificando a su vez diversas disposiciones vigentes.

Los Lineamientos de Política de Precios en moneda nacional se corresponden con las circunstancias actuales, de acuerdo con lo que establece la Resolución Económica del V Congreso del Partido Comunista de Cuba, donde se expresa:

“En cuanto a precios, sin perder el carácter centralizado de las decisiones de su política, se deben establecer enfoques congruentes con los cambios en el sistema empresarial que tiendan a evitar los precios monopólicos y las ganancias injustificadas por esta causa. En particular en cuanto a la formación y aprobación de precios deberá continuarse el proceso de descentralización.”

Esta metodología rige también para los precios mayoristas y tarifas que se aplican cobrándose el costo más un determinado tanto por ciento (%) en moneda convertible y el resto en moneda nacional, de acuerdo con los sistemas autorizados de autofinanciamiento en divisas.

Precios mayoristas son los que aplican las empresas productoras, importadoras y comercializadoras mayoristas. Precios minoristas o a la población son los fijados a los bienes para su venta a la población y se hacen extensivos a otros destinos cuando así se determine. En lo adelante se utiliza el término “precios” en su acepción general, incluyendo también a las tarifas de los servicios.

El Comité Ejecutivo del Consejo de Ministros establece los Lineamientos de Política de Precios y aprueba los precios de una selección de productos y servicios. Para el resto se responsabiliza a este ministerio, ratificándose la vigencia de lo descentralizado con anterioridad a la presente, excepto en los casos que expresamente se determine otra cosa.

Se continuará la descentralización de facultades de aprobación de precios según se creen las condiciones necesarias para ello y se eviten precios monopólicos; esto es, definidos por entidades que prácticamente son las únicas que ofertan el producto o servicio en el mercado en cuestión pudiendo ser innecesariamente incrementados, afectándose a los clientes.

Se entenderá como “descentralización de facultades de aprobación de precios” a la determinación por este ministerio de las mercancías y servicios que corresponde

aprobar sus precios por los diferentes órganos, organismos u organizaciones empresariales. Se utiliza el concepto “aprobación” como “fijación y modificación”.

La referida descentralización no libera a este ministerio, ni a los órganos u organismos, de su responsabilidad con el control del cumplimiento de los lineamientos de política de precios establecidos.

La facultad de aprobar determinados precios que sea descentralizada por este ministerio a una entidad dada no es delegable a otra, aunque se le subordine.

No se descentraliza la aprobación de metodologías de formación de precios. Todas serán propuestas a este ministerio, incluyendo los criterios de los principales consumidores, para ser aprobadas antes de su aplicación.

Se fortalecerá la protección de los derechos del consumidor en materia de precios, tanto a las entidades como, en especial, a las personas naturales.

Las organizaciones empresariales son responsables del control del cumplimiento de la disciplina de precios, estableciendo las medidas de control interno necesarias.

Los organismos rectores de cada sector deben velar por el cumplimiento de las metodologías de formación y aprobación de precios que se establezcan para el referido sector por todas las entidades correspondientes al mismo, aunque no le estén directamente subordinadas. Ello no exime de su responsabilidad al órgano u organismo a que se subordinan administrativamente dichas entidades.

A partir de la vigencia de la presente metodología asumen carácter de máximas las tasas de ingreso neto normadas para la formación de precios, pudiendo aplicarse precios mayoristas en moneda nacional inferiores a los aprobados, a decisión de las empresas o las organizaciones superiores de dirección de éstas.

### **Precios mayoristas de productos importados.**

Los referidos precios se formarán y aprobarán por las entidades importadoras a partir de los gastos reales de importación, no estabilizándose excepto en los casos que se precise otro tratamiento por este ministerio.

Incluyen los gastos necesarios hasta que el producto haya sido cargado sobre el medio de transporte interno, tapado y amarrado a la salida del puerto, aeropuerto

nacional o zona franca correspondiente. Se consideran como gastos necesarios:

- a) El precio externo real del producto según condición de compra acordada, en correspondencia con los INCOTERMS establecidos, expresados en moneda nacional por la tasa oficial de cambio diaria establecida por el Banco Central de Cuba en el momento de la declaración de la mercancía en la aduana (reporte de contratación). Se considerará como precio externo real el registrado en la factura del proveedor extranjero u otro documento contractual que refleje el precio de adquisición.
- b) Los gastos de la transportación aérea o marítima y las primas de seguro internacional, cuando no hayan sido incluidos en el precio externo o acordados otros términos.
- c) Los aranceles de aduana y otros gastos asociados a la actividad comercial que no están incluidos en la tasa de recargo del importador y corresponda incluir en el costo de la mercancía, según esté dispuesto por este ministerio.

Los productos importados de precios no estabilizados que previo a su comercialización por el importador sean objeto de almacenamiento formarán sus precios de acuerdo con lo antes referido, tomando en cuenta el método de valoración de inventarios establecido.

Sobre los gastos financieros por conceptos de créditos externos que casuísticamente corresponda asumir por el comprador, se acordará con este su tratamiento, previa autorización del organismo a que se subordine la entidad importadora.

El precio se formará por la suma de los gastos anteriormente descritos más los ingresos brutos del importador. Estos se calculan multiplicando la tasa del importador por el precio CIF, el que incluye los costos de adquisición, gastos de transportación y seguros. El arancel se traslada por el importe real pagado en cada caso.

La referida tasa, que determina los ingresos brutos del importador oficialmente aprobadas, tendrá carácter de máxima pudiendo utilizarse tasas menores, siempre que no se afecten las obligaciones con el Presupuesto del Estado.

Las empresas importadoras estarán obligadas a confeccionar hojas de trabajo que registren la formación del precio mayorista de cada producto comercializado, las que conservarán en expedientes a los fines de inspecciones o auditorías durante el tiempo establecido a esos efectos.

El precio mayorista del producto importado, (Pm), se puede expresar por la ecuación:

$P_m = P_{cif} (1 + T_{ri}) + A + O$ , donde:

Pcif = Precio CIF (incluye costo de adquisición, seguro y flete.)

A = Arancel de Aduana

O = Otros gastos

Tri = Tasa de recargo del importador

Para casos específicos este ministerio podrá establecer tratamientos diferentes.

### **Precios mayoristas de productos nacionales:**

Los siguientes tipos de productos formarán sus precios mayoristas a partir de su inserción en el mercado a que se destinan, excepto cuando den lugar a precios monopólicos que posibiliten ganancias injustificadas:

- A los fondos exportables se les formarán sus precios para valorar la producción a la salida de la empresa productora a partir de los reales de exportación, deduciendo los márgenes comerciales que correspondan.

Donde intervengan empresas comercializadoras, estos precios se determinarán por convenio con éstas, decidiéndose por las partes promediar o no posibles diferencias de precios externos, tomando en cuenta la incidencia de la empresa productora en dichas diferencias.

- Los que se comercializan con destino al mercado minorista en divisas y otros que este ministerio determine, sus precios mayoristas se determinarán por acuerdo en negociación con los compradores, excepto donde se establezca otro

procedimiento. Ello, independientemente de que para autofinanciarse en divisas se cobre parcialmente en moneda convertible, pues el resto hasta conformar el precio se cobra en moneda nacional.

- A los que se comercializan en moneda nacional sustituyendo importaciones, o son similares a los que se exportan o comercializan en el mercado interno en divisas se les formarán sus precios mayoristas por correlación, a partir de los precios de las importaciones que sustituyen, o de sus similares de exportación, o del mercado interno en divisas, según el caso.

Se establecerán diferencias de precios en correspondencia con las posibles diferencias de calidad, rendimiento, durabilidad, etc.

Este ministerio aprueba mediante metodologías específicas los métodos de correlación a utilizar, y determina el órgano, organismo u organización empresarial facultado para aprobar estos precios.

- Los bienes de consumo y servicios destinados a mercados liberados en moneda nacional que este ministerio determine formarán sus precios mayoristas por acuerdo entre el productor y el comercializador, tomando en cuenta los precios minoristas deducidos los impuestos correspondientes.

Los productos o servicios que se comercialicen indistintamente con diferentes destinos formarán sus precios mayoristas para cada uno, a partir de lo regulado para cada mercado.

A partir de estos principios metodológicos los órganos y organismos organizarán la revisión de sus actuales precios mayoristas en moneda nacional, de acuerdo con el Programa de Trabajo para la implementación de la presente, previendo la presentación a este ministerio de las propuestas de adecuaciones metodológicas que se requiera introducir para su aprobación, antes de ser utilizadas en la formación de precios.

Las entidades facultadas para aprobar precios adoptarán las medidas para actualizarlos con la periodicidad que sea necesaria, y conservarán los documentos que registren los métodos, indicadores o parámetros utilizados.

Sólo de no ser factible o conveniente aplicar alguno de estos métodos se podrá proponer a este ministerio aplicar los de gastos, de acuerdo con lo que se establece en el siguiente epígrafe.

### **Precios mayoristas formados por métodos de gastos.**

Estos métodos de formación de precios se utilizarán sólo en los casos que se autorice por este ministerio, a partir de que se demuestre la inconveniencia de formarlos según nuestros mercados, de acuerdo con el epígrafe anterior.

Existen diferentes métodos de formación de precios que se basan en los costos más un margen de utilidad. Algunos se basan en la distribución de costos conjuntos, otros parten del costo o precio de un surtido "base" para formar los precios de otros, correlacionándose en función de determinados parámetros. Las propuestas de métodos específicos que puedan requerirse se presentarán a este ministerio, ajustándose en todo lo posible a la presente metodología general.

Para la formación de precios los costos unitarios constituyen un elemento esencial, por lo que su adecuada fundamentación resulta una premisa indispensable. Para su correcta formación se requiere una contabilidad que refleje con veracidad los costos, así como adecuados sistemas de registro y cálculo de los costos unitarios.

Estos métodos se basan en la elaboración de Fichas de Costos Base para la formación de precios, siendo una condición imprescindible su actualización periódica, cada vez que cambien las condiciones que le dieron origen.

En los productos elaborados por diferentes establecimientos o empresas la referida Ficha de Costos Base se forma a partir de los costos unitarios depurados como se establece en la presente, de las entidades que se seleccionen para conformar el Costo Medio para la formación de precios.

En dicha selección deberán estar los productores más representativos en cuanto a

eficiencia, tecnología y volumen de producción. Su correcta selección es esencial y debe registrarse en el expediente de formación de precios, que se conservará en la entidad autorizada para aprobar los mismos. Los elementos principales de la formación del precio se harán llegar a las empresas productoras cuando no sean éstas las que lo formen, para que puedan comparar la Ficha de Costos Base con sus costos unitarios.

### **Ficha de Costos Base para formar precios:**

Las Fichas de Costos Base estarán conformadas por la suma de los costos directos e indirectos, gastos generales y de administración, así como los gastos de distribución y venta cuando procedan. En general, la Ficha de Costos Base que se utilice debe incluir las siguientes condiciones y premisas:

- Su cálculo y desagregación se realizará sobre la base de los Lineamientos Generales para la Planificación y Determinación del Costo de Producción vigentes.
- Se elaborará preferentemente a partir de normas de consumo y de trabajo económicamente fundamentadas. En los casos que ello sea imposible, provisionalmente hasta que se elaboren dichas normas, se partirá de los costos reales depurados deduciendo los gastos excesivos en el uso de recursos materiales, humanos y financieros, así como todo gasto que no esté vinculado realmente a la producción de que se trate.
- Se precisará a qué tanto por ciento se asume la utilización de las capacidades que debe corresponderse con una explotación adecuada. Esto es, deben identificarse los llamados “costos por subactividad” y deducirse de la Ficha de Costos Base para formar precios.
- Se deberá desagregar en anexo las partidas del consumo material del producto o servicio en cuestión, al menos hasta el ochenta por ciento (80%).
- Se debe comparar la Ficha de Costo Base para la formación de precios con las de otros productos análogos desde el punto de vista constructivo, como elemento de referencia y evaluación de la correcta determinación de las mismas.

Debe delimitarse en cada caso qué gastos de distribución y ventas se consideran en la formación de precios mayoristas y cuáles realmente corresponden a un margen comercial, evitando cargarlos por duplicado al cliente, lo que se precisará en el expediente al formarse estos precios.

Los gastos de operación (comerciales o de circulación) se considerarán desde que el medio de transporte esté cargado, a la salida del almacén del productor.

#### **Coeficientes de Gastos Indirectos:**

Los gastos indirectos, generales y de administración, y de distribución y ventas que como máximo se podrán incluir en las Fichas de Costos Base se calculan a partir de Coeficientes Máximos de Gastos Indirectos para la formación de precios, que se aprueban por este ministerio como norma general. No se refiere a los coeficientes de prorrateo de costos, que puedan utilizarse a fines contables.

El carácter de máximos posibilitará formar precios mayoristas a partir de coeficientes inferiores.

En las actividades que se ejerzan indistintamente por varias entidades se podrá autorizar por este ministerio a que determinen estos coeficientes a una de ellas, o a la entidad superior a la que se subordinan, de manera que se evite la inclusión de gastos indirectos diferentes en actividades similares.

Estos coeficientes se conforman por empresa, grupo de éstas, establecimientos productivos o por unidad de producción o servicio, según se considere más conveniente en cada caso.

El cálculo de dichos coeficientes se realizará a partir del nivel de gastos planificados o presupuestados como gastos indirectos de producción, gastos generales y de administración y como gastos de distribución y ventas, depurándose los gastos por ineficiencias, excesos de capacidad instalada e insuficiente utilización de los recursos.

En los casos que esté descentralizada por este ministerio la aprobación de estos coeficientes, para incrementarlos se requerirá de la aceptación de los consumidores, no procediendo si están motivados por deterioro de la eficiencia. De

no llegarse a acuerdos, se presentarán a este ministerio para su decisión.

Para expresar el coeficiente, el valor total de estos gastos se dividirá entre el importe del salario básico de los obreros vinculados directamente a la producción. En casos específicos se podrá autorizar por este ministerio la utilización de otra base para expresar estos coeficientes u otros métodos para considerar estos gastos en la formación de precios.

**Normativas de Utilidad:**

Estos métodos requieren de normativas de utilidad, que se establecerán preferentemente sobre el costo de elaboración, es decir, costo total menos el consumo material, para no posibilitar la obtención de mayores utilidades por sólo utilizar materiales más costosos.

Se fija como Normativa General de Utilidad para formar precios un veinte por ciento (20%) sobre costos de elaboración, como máximo. Donde se autoricen por este ministerio sobre el costo total, se fija como máximo un diez por ciento (10%).

Las tasas de ingreso neto que han regido se sustituirán por las tasas de utilidad cuando se modifiquen los precios, de acuerdo con el programa al efecto. Con ello dejará de aplicarse la indicación actual de excluir de los costos para la formación de precios al Impuesto sobre la Utilización de la Fuerza de Trabajo.

La tasa de utilidad máxima se reducirá al formar los precios de los surtidos de calidades inferiores cuando se correspondan con defectos y no a la utilización de materiales de diferentes calidades y costos.

En los casos que se considere insuficiente la utilidad resultante de aplicar lo que en la presente se establece, se presentarán propuestas a este ministerio, fundamentando:

- a) Nuevo margen de utilidad propuesto.
- b) Volúmenes de producción y costos de producción mercantil del año anterior, actual y proyección.
- c) Costos de elaboración, y de ellos, los salarios.
- d) Total, de activos fijos y circulantes de las empresas para las que se está

solicitando el cambio de margen máximo de utilidad.

e) Rendimiento de los activos con la utilidad establecida y con la propuesta.

f) Inversiones en ejecución, previstas y aseguramiento de éstas.

g) Otras consideraciones que fundamenten la propuesta.

#### **Particularidades de las tarifas de servicios.**

Los servicios se prestan con destino a la población o con carácter técnico-productivo, refiriéndose los últimos a los servicios exclusivos a entidades empresariales o unidades presupuestadas. Las tarifas a la población se aplican a otros consumidores cuando así se determine.

En las tarifas se debe precisar el período que se otorga como garantía, así como lo que incluye el servicio.

Por lo general, en las tarifas no se incluye el valor de los materiales o piezas de repuesto, los que el consumidor debe pagar aparte.

#### **Métodos generales para la formación y aprobación de Precios minoristas.**

Se establecen diferentes métodos de formación de precios minoristas en moneda nacional, de acuerdo con el tipo de mercado en que se oferten, a cuyos efectos se delimitan los siguientes grupos de productos o servicios.

En los casos que se establecen normativas de tasas de utilidad para la formación de precios minoristas de productos o servicios, éstas no son máximas, por lo que no pueden disminuirse.

Como norma general los precios minoristas de los productos y servicios deben cubrir los precios mayoristas, los márgenes comerciales y los impuestos que correspondan. No obstante, pueden existir casos donde no se cubran todos estos conceptos, e incluso que puedan ser subsidiados por el Presupuesto del Estado, los que requieren de la aprobación expresa de este ministerio.

Comprende una selección de los bienes de consumo y servicios que se ofertan en el mercado normado y satisfacen necesidades básicas de la población.

El nivel de los precios minoristas de este grupo de productos y servicios se aprueba, de acuerdo con lo establecido legalmente, por el Comité Ejecutivo del Consejo de

Ministros. Este ministerio es el encargado de la aprobación provisional de los mismos hasta tanto se aprueben por ese nivel, sobre la base de las propuestas de los órganos y organismos a quien corresponda su presentación.

Dentro de este grupo los precios minoristas de los productos y servicios nuevos se aprueban teniendo en cuenta el nivel de precios de los productos y servicios comparables, considerando además su calidad y propiedades de uso.

De proceder incrementar precios mayoristas a estos productos o servicios que afecten al Presupuesto del Estado, los organismos productores e importadores lo deben informar a este ministerio.

Los precios minoristas de estos productos pueden expresarse mediante la siguiente fórmula general:

$$P_{\min} = P_m + M_c + I_v$$

donde:

$P_{\min}$  = Precio minorista

$P_m$  = Precio mayorista

$M_c$  = Márgenes comerciales (recargos o descuentos comerciales)

$I_v$  = Impuesto sobre las ventas o de circulación según proceda.

En caso de subsidio se sustituye  $I_v$  por este, con signo negativo.

El impuesto de circulación cuando proceda, será obtenido por diferencia entre el precio minorista y mayorista más los márgenes comerciales. En la medida en que se apliquen tipos impositivos uniformes como el impuesto sobre las ventas, se irá sustituyendo esta forma de calcular el impuesto sobre la base de la diferencia entre ambos precios.

Los márgenes comerciales se calcularán de acuerdo con lo que determine este ministerio.

### **Productos y servicios con impuestos especiales.**

Comprende una selección de bienes de consumo y servicios a la población con precios minoristas en moneda nacional que incluyen impuestos especiales, centralmente determinados para el saneamiento y equilibrio de las finanzas

internas, gravando a determinados bienes no esenciales. Por ejemplo: cigarros y cervezas.

Los precios minoristas se fijan puntualmente y se corresponden con la siguiente fórmula:

$$P_{\min} = P_m + M_c + I_v + I_e$$

donde:

$P_{\min}$  = Precio minorista.

$P_m$  = Precio mayorista.

$M_c$  = Margen comercial.

$I_v$  = Impuesto sobre las ventas.

$I_e$  = Impuesto especial a productos.

Los márgenes comerciales, impuestos, así como las formas de cálculo específicas que puedan requerirse se determinan por este ministerio.

Las tarifas a la población se fijan puntualmente y se pueden expresar mediante la siguiente fórmula:

$$T_{\text{pob}} = (C_s + U) + I_s + I_e,$$

donde:

$T_{\text{pob}}$  = Tarifa a la población.

$C_s$  = Costo del servicio (no incluye los precios de las piezas y materiales fundamentales, los cuales se cobran aparte).

$U$  = Utilidad resultante de aplicar el margen de utilidad.

$I_s$  = Impuesto sobre los servicios públicos.

$I_e$  = Impuesto especial.

### **Sobre la presentación de propuestas de precios.**

La formación de precios se debe efectuar con suficiente antelación a la comercialización, especialmente si se requiere de aprobación superior, en cuyo caso se deben proponer al menos con 45 días hábiles de antelación.

Las instancias responsabilizadas con la evaluación de las propuestas realizarán una revisión inicial para verificar si se ajusta a lo establecido, a los efectos de su

inmediata devolución si fuera necesario. Se establece un plazo máximo de 30 días hábiles para la aprobación, a partir de que se presente correctamente.

Una vez agotado dicho plazo sin recibirse respuesta, se podrá presentar la solicitud de precio mayorista provisional a la dirección provincial de Finanzas y Precios del consejo de la Administración de las asambleas del Poder Popular correspondiente, la que autorizará e informará a este ministerio.

### **Diagnóstico de la UEB de gastronomía “La Holguinera”.**

La cafetería “La Holguinera”, convertida en UEB, está ubicada en la zona comercial de la céntrica calle “Leyte Vidal” en Mayarí. Su actividad fundamental es la elaboración de alimentos, y aplica un sistema de venta en cafetería, restaurante y comida para llevar. Además, satisfacen pedidos de organismos estatales.

Para realizar sus labores tiene emplantillados 30 trabajadores, entre ellos elaboradores, dependientes, personal de servicios y administrativos.

Los ingresos medios mensuales que se alcanzan superan los 2 millones 500 mil pesos, y tiene acumulada, hasta el cierre económico de agosto de 2022, una utilidad de 1 millón 200 mil pesos.

Entre los platos que ofertan, a nivel de cafetería están: bocaditos, entremés, viandas fritas, lonjas de mortadela, emparedados de carne de cerdo, de pescados, croquetas, refrescos y un amplio surtido de dulces de frutas naturales, confituras, jugos y otros.

Cuenta con un restaurante en el que oferta diferentes platos a base de frijoles, arroz, en varias presentaciones, carne de cerdo, de cordero, pescados, mariscos, así como guarniciones y ensaladas.

El propósito de sus trabajadores es convertir la UEB en un centro de referencia gastronómica en el municipio, en la que se fortalezca la comida criolla y tradicional y experimentar con las buenas maneras de la cocina italiana y de otras latitudes.

La aplicación de la actividad de autogestión y la transformación de la antigua unidad gastronómica en Unidad Básica Económica de la gastronomía, con estructura y gestión propias, ha forzado a la formación de precios para los tipos de platos que

se ofrecen a los clientes, a través de un procedimiento propio, coherente con las regulaciones establecidas, por el Ministerio de Finanzas y Precios.

## **CAPITULO 2: FUNDAMENTACIÓN DE LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS GASTRONÓMICOS EN LA UEB “LA HOLGUINERA.”**

El objetivo de este capítulo es la fundamentación de los precios de los productos gastronómicos en la UEB “La Holguinera de Mayarí”, basado en el método de gasto..

### **2.1 Fundamentación de los precios de los productos gastronómicos en la UEB, basado en el método de gasto.**

Muchas veces no sabemos qué precio poner a los platos que se sirven en un bar o restaurante. Tendremos que fijar un precio al cliente o comensal que nos permita cubrir costos y que nuestro servicio sea rentable.

Dentro de los pasos para calcular el precio de un plato, utilizando el método de costos, lo primero que debemos hacer es confeccionar una ficha de costos para cada plato del menú.

Para ello tendremos tener la receta o carta técnica de cada plato donde se indiquen las cantidades exactas de cada ingrediente. Conocer el costo de cada uno de los ingredientes que componen cada plato. (Aunque esto puede ser variable según la temporada).

Es importante que se mantenga un control estricto de las cantidades utilizadas para la confección de cada receta. Primero, porque a los comensales les debe llegar la misma ración a todos siempre con las mismas cantidades, y segundo para evitar que se disparen los costos de cada ración por los ingredientes que usemos cada vez. Otros costos a tener en cuenta para el cálculo final del precio de nuestro menú son: Los gastos indirectos, los generales, así como los impuestos a pagar y el margen de utilidad.

**Otros procedimientos para fijar precios en la gastronomía:**

¿Qué son los métodos de fijación de precios?

Los métodos de fijación de precios sirven para calcular el precio que tendrá un producto o servicio en el mercado. Para establecerlo, se tienen en cuenta diferentes aspectos, como la oferta y la demanda, la reputación de la marca o negocio, lo que cuesta producirlo y ofrecerlo, entre otros.

Gracias a los métodos de fijación de precios, una empresa decide cuál es el que más conviene para sus productos o servicios, dependiendo de si desea generar demanda con precios bajos o ganar ingresos rápidamente con precios altos. Eso estará subordinado al momento en que se encuentra su negocio, la industria en la que se desarrolla y la respuesta de los consumidores.

Aunque hay varios métodos de fijación de precios, tres son los más comunes que se basan en estos aspectos:

- el costo
- la demanda
- la competencia

### **2.1.1 Método de fijación de precios basado en el costo**

Este método de fijación de precios depende enteramente de aspectos internos de la empresa. Es decir, que no contempla la competencia o la demanda de los consumidores, sino que toma elementos como las materias primas, los sueldos que impactan en el costo del producto o servicio, y considera el margen de contribución. Así que se le agrega un porcentaje o suma fija del costo total para calcularlo.

Existen dos tipos de costos que se consideran:

- fijos, como sueldos, alquileres, impuestos
- variables, como materia prima, transporte, mano de obra según la producción

A su favor, es el método más sencillo de utilizar y representa una gran ayuda para negocios que inician sus actividades.

Es el método más elegido para emprendimientos que inician, el ejemplo más claro es una persona dedicada a la repostería que comienza a vender galletas, panes y pasteles en una tienda de barrio. Quiere decir que todo lo prepara en un horno

casero, con insumos que compra al mayoreo en un supermercado, para vender unidades limitadas cada semana.

Todavía no puede competir con pastelerías prestigiosas o que cuentan con un personal para atender pedidos grandes, ni con aquellas que pueden realizar envíos a toda la ciudad; así que la fijación de sus precios dependerá mucho de lo que gaste para su producción.

### **2.1.2 Método de fijación de precios basado en la demanda**

También se le conoce como fijación dinámica de precios. Este método es más complicado porque tiene en cuenta elementos externos al negocio para fijar los precios, principalmente el valor percibido por los consumidores de ese producto o servicio.

Sin embargo, incluye otros aspectos como el valor añadido, la facilidad de acceso al producto o servicio, el descremado de precios (al inicio la oferta es cara, así que se dirige a un sector económico que puede costearlo; más adelante, a medida que crece la competencia, el precio baja), entre otros.

Esto quiere decir que los precios no serán fijos, y que es posible apoyarse en herramientas digitales para recalcular cada vez que sea necesario, como ocurre con el uso de algoritmos.

### **2.1.3 Método de fijación de precios basado en la competencia**

Este método considera el precio que la competencia le ha dado a un producto o servicio similar. Funciona sobre todo en aquellos que tienen una oferta muy parecida a la de otros, especialmente si trabajan con los mismos proveedores o materias primas. Es el método más popular, e implica un seguimiento muy exhaustivo y en tiempo real para mantener precios competitivos.

Este método puede basarse en:

- **Precios vigentes**, que consiste en conocer los precios de la competencia con mayor peso en el mercado a fin de establecer los propios.
- **La calidad**, cuando es evidente que la calidad del producto o servicio es mayor que el de la competencia, a pesar de ser tan parecidos.

## **Importancia de la fijación de precios**

Dado que las ventas son la única fuente de ingresos de una empresa, la fijación de precios determinará las ganancias netas que obtendrá la misma. Por lo tanto, refleja el rendimiento de recursos y tiempo invertidos en la producción, distribución, promoción y venta de un producto. En simples palabras, este proceso precisará cuán rentable será una compañía a corto y a largo plazo.

A partir de la fijación de precios (ya sea baja, promedio o alta) la empresa será considerada como económica o costosa; de baja o alta calidad; modesta o lujosa. En este aspecto también entran en juego tus competidores porque, quieras o no, a partir de la comparación, los clientes se formarán una opinión respecto a tu marca, partiendo especialmente de tu precio de venta.

## **Objetivos de la fijación de precios**

### **1. Supervivencia de la empresa**

La competencia entre las empresas para posicionarse en el mercado es ardua, por lo que en algunas ocasiones suele comprometer la permanencia de un negocio. Por esta razón las empresas deben fijar sus precios, sobre todo para cubrir los costos de producción entre otros gastos, así como saldar posibles deudas.

### **2. Aumentar la participación del mercado**

La participación en el mercado de una empresa se mide en relación con sus competidores, así que la reducción de sus costos de producción, fijar precios bajos y ejecutar estrategias de marketing efectivas harán posible que destaque entre las demás.

### **3. Estabilizar precios**

El proceso de fijación de precios también busca que haya un equilibrio entre los competidores, pues en realidad a ninguno le conviene que haya una guerra de precios. Lo más conveniente es que la marca líder en precios sienta las bases del valor promedio de los productos.

### **4. Asegurar Retorno de la inversión**

Una de las premisas del comercio es recuperar los montos invertidos (costos de producción, operación, distribución, promoción, venta y demás). Es importante destacar que el retorno de inversión no se ve reflejado a corto plazo, ni durante el proceso de emprendimiento de la empresa, por lo que se requiere constancia y destreza en el manejo de recursos.

## **5. Potenciar utilidades**

Tiene que ver con obtener cada vez más ingresos, mientras van disminuyendo los costos. Debes cuidar que esta norma se cumpla, no necesariamente elevando los precios, como se suele pensar, ya que esto se puede traducir en menos ventas. La fijación de precios adecuados y equilibrados significa mayores utilidades.

## **6. Ampliar penetración de mercado**

La penetración del mercado se refiere a que una empresa logre que un mayor porcentaje de la población adquiera sus productos, por medio de la reducción de precios; para ello el mercado tiene que ser flexible y, efectivamente, contar con una alta sensibilización al cambio del precio de venta.

### **Procedimiento para la formación de los precios de la gastronomía en moneda nacional.**

Para determinar el precio de venta a la población de los platos, bebidas no alcohólicas y alcohólicas, así como los cocteles elaborados con ellas, se utilizará el **Modelo para la Formación de Precios en la gastronomía**, regulado según Instrucción No 36 del año 2001, cuyo objetivo es establecer un método uniforme que facilite el cálculo de los precios de gastronomía en moneda nacional.

De considerarlo oportuno, cada entidad podrá realizar una apertura más amplia que la indicada en el mencionado modelo, siempre y cuando sea factible calcular los indicadores establecidos en el mismo.

Los directores de las empresas con establecimientos que realicen ventas gastronómicas a la población en moneda nacional, podrán aprobar precios inferiores a los máximos aprobados, siempre que se cubran los costos, las obligaciones fiscales y se obtenga la utilidad mínima necesaria para el cumplimiento del plan financiero de la unidad.

Se prohíbe terminantemente establecer precios diferentes para platos iguales en un mismo establecimiento, aun cuando los precios de adquisición de algunos de los productos utilizados en su elaboración pudieran ser diferentes o se oferten fuera del establecimiento.

Estos listados no tendrán borrones o tachaduras, y servirán de base para la confección de las cartas o menú del día. Copia de los referidos listados se harán llegar a la Dirección Municipal de Finanzas y Precios que corresponda, sin lo cual carecerán de valor legal alguno.

### **Fichas de Costos de productos de gastronomía, aplicados en la UEB La Holguinera, en Mayarí, Holguín.**

La utilización del método de costo, para la determinación de los precios de los platos ofertados en la gastronomía, es un método muy útil en situaciones de precios de materias primas que cambian con mucha rapidez, debido a su tendencia inflacionaria y a la irrisoria presencia en el mercado de las materias primas necesarias. El estudio del alcance de los precios, para evitar sobre valoración de la oferta, es imprescindible para mantener un mercado accesible.

Las preferencias de los clientes, además de una adecuada administración de los recursos, para presentar ofertas más económicas, que satisfagan el paladar de nuestros comensales, es una de las divisas que debe distinguir a las UEB gastronómicas.

Para confeccionar las fichas de costos se utiliza el modelo establecido por la instrucción 36/2001 del Ministerio de Finanzas y precios, adecuándole el desglose de las materias primas para la confección de cada plato, así como la mano de obra utilizada, cuantificada en tiempo y valor.

Modelo para la formación de precios en la gastronomía:

Modelo para la Formación de Precios en la Gastronomía					
Organismo:	Empresa				
Provincia: Holguín	Municipio				
Establecimiento:					
Identificación del Plato:					
Peso de la Ración en gramos (g)			Cantidad de Raciones		
(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)
Materias primas y materiales.	01				
Costos de elaboración. (03+09)	02				
Gastos de fuerza de trabajo (04+05+06+07)	03				
Salarios	04				
Vacaciones	05				
Contribución a la Seguridad Social	06				
Impuesto por utilización de la Fza de trabajo	07				
Coefficiente de Gastos indirectos (%)	08				
Gastos indirectos de elaboración.	09				
Coefficiente de gastos grales. Y de admón. (%)	10				
Gastos generales y de administración.	11				
Costos totales (01+02+11)	12				
Margen comercial autorizado (%)	13				
Utilidad (02)(13)/100	14				
Impuesto de gastronomía	15				
Precio de venta (12+14)/(1-fila 15)	16				
Precio propuesto	17				
Nombres y Apellidos	Cargo		Firma		
Elaborado por					
Visto Bueno:					
Aprobado por:					

DESAGREGACIÓN DE LAS MATERIAS PRIMAS Y MATERIALES						
Concepto	UM	Norma de Consumo	Precio en libras	Importe	Conversiones	
					gramos	Libra
Total						
Costo ración						

DESGLASE DE LA MANO DE OBRA						
DESCRIPCION	Cantidad trabajadores	Categoría ocupacional	Salario Mensual	Salario por minuto	Norma de tiempo	Gasto de salario
Total (Costo mano de obra por ración)						

### **Descripción del modelo.**

**Encabezamiento.** Se relacionarán los datos correspondientes a la empresa que propone, órgano u organismo al cual pertenece, tipo de establecimiento gastronómico y categoría del mismo, así como la identificación de la oferta gastronómica objeto de la propuesta.

### **Cuerpo de modelo.**

**Columna A.** Se relacionan las diversas agrupaciones de costos y gastos vigentes, así como el margen de utilidad sobre el costo de elaboración, el impuesto de gastronomía según la categoría del establecimiento y el precio de venta a la población.

**Columna B.** Se enumeran las filas del cuerpo del modelo de la 01 a la 20.

**Columnas C, D, E y F.** Se empleará una sola columna para cada propuesta, anotando en ella el importe de cada uno de los conceptos de gastos que intervienen en la formación del precio de la oferta gastronómica en cuestión.

**Fila 01 Materias primas y materiales.** Incluye los productos frescos o semielaborados, materiales básicos o auxiliares, artículos de completamiento y otros que constituyan insumos directos de la oferta gastronómica en cuestión. Se desagregará un anexo según la norma de elaboración aprobada, la cual debe ser objeto de especial análisis para que no reconozca un consumo excesivo de insumos. Se incorporan además el combustible, la energía y el agua destinados a la elaboración de estas ofertas, siempre y cuando el consumo y cuantía económica de estos, sea medible. En caso contrario estos 3 elementos se considerarán en la fila 08 Coeficiente de gastos indirectos.

**Fila 02 Costo de elaboración.** Se consignará la suma de las filas 03 y 09.

**Fila 03 Gastos de Fuerza de Trabajo.** Resultante de sumar las filas 04, 05, 06 y 07

**Fila 04 Salario Básico.** Se anotará el importe del salario básico de los trabajadores vinculados directamente con la elaboración de las ofertas gastronómicas, el cual se

obtiene al multiplicar la norma de tiempo establecida para su elaboración por el salario horario del personal que interviene en dicha operación.

**Fila 05 Vacaciones.** Será el 9.09 % de la fila 04

**Fila 06 Contribución a la Seguridad Social.** Se consignará el resultado de aplicar el 12.5 % a los conceptos de las filas 04 + 05.

**Fila 07 Impuestos por la Utilización de la Fuerza de Trabajo.** Se obtiene aplicando el 5.0 % a la suma de las filas 04 y 05.

**Fila 08 Coeficiente de gastos indirectos.** Se anotará el coeficiente aprobado previamente por la Dirección Provincial de Finanzas y Precios, el cual incluirá aquellos gastos en que se incurre durante la elaboración y comercialización de las ofertas gastronómicas, sin que sean identificables de forma directa con algunas de ellas. Estos serán calculados por categorías y/o actividad.

Incluye los salarios de dirigentes, técnicos y dependientes del establecimiento, pagos por Seguridad Social a corto plazo de los trabajadores directos e indirectos de la unidad, depreciación de los activos fijos tangibles, gastos por actividades de mantenimiento y reparaciones corrientes.

**Fila 09 Gastos indirectos de producción.** Se reflejará el resultado de multiplicar el salario básico de los trabajadores directos (fila 04) por el coeficiente aprobado.

**Fila 10 Coeficiente de gastos generales y de administración.** Se anotará el coeficiente aprobado previamente por la Dirección Provincial de Finanzas y Precios, el cual incluirá los gastos en que se incurren en las actividades de administración, comprendiendo entre otros el salario, contribución a la Seguridad Social y pagos por Seguridad Social a corto plazo del personal de dirección de la empresa, gastos de oficina (teléfono, electricidad, consumo de materiales, etc.), depreciación de los activos fijos de las actividades generales de dirección, mantenimiento y reparación corriente de las instalaciones y equipos de uso general, gastos generales de protección del trabajo y preparación de los cuadros.

**Fila 11 Gastos generales y de administración.** Se reflejará el resultado de multiplicar el salario básico de los trabajadores directos (fila 04) por el coeficiente aprobado.

**Fila 12 Costos totales de producción.** Suma de las filas 01, 02 y 11.

**Fila 13 Margen de utilidad autorizado.** Se consignará el tanto por ciento (%) utilizado

(que no debe ser superior al 25 %) para el cálculo de la utilidad sobre el costo de la elaboración.

**Fila 14 Utilidad.** Se reflejará la masa de utilidad obtenida al multiplicar el tanto por ciento de utilidad aprobado por el costo de elaboración.

**Fila 15 Impuesto de Gastronomía.** Se consignará el impuesto correspondiente a la categoría del establecimiento para el cual se calcula el precio en cuestión, expresándose en forma decimal. Ejemplo 15 % = 0.15.

**Fila 16 Precio de Venta.** Resultado de dividir la suma de las filas 12 y 14 entre el denominador 1 menos la fila 15.

**Pie del Modelo.** Se reflejará la fecha en que se confeccionó el modelo, firma del especialista que lo elaboró y de los funcionarios que acepta en la empresa y aprueba en la Dirección de Finanzas y Precios correspondiente.

Un elemento a observar en todos los establecimientos, es que sus precios sean siempre inferiores a los de ofertas similares del sector privado considerando la calidad y cantidad, por lo que se requiere que los consejos de la Administración instrumenten la revisión periódica de los precios, que permita adecuarlos a la dinámica de la oferta y la demanda.

## **CONCLUSIONES:**

Luego del trabajo realizado pudimos arribar a las siguientes conclusiones:

- La modalidad de gestión comercial a través de la conversión de unidades y establecimientos gastronómicos en Unidades Empresariales de Base de la Actividad de Gastronomía, requiere de una adecuada planificación y estudio de los precios, conociendo su naturaleza y estructura, con el objetivo de mantener un equilibrio entre la presentación gastronómica y la accesibilidad de los consumidores.
- La utilización de un adecuado método de cálculo y formación de los precios en la gastronomía, garantiza un adecuado crecimiento de la entidad, toda vez que puede recuperar los recursos invertidos y aplicar tasas de utilidades sin aplicar precios excesivos a sus ofertas.
- La carencia de recursos, el elevado costo de la materia prima y los niveles de salarios a pagar no justifican la falta de calidad de los platos que se ofertan. Cuando por razones de economía los precios serán mas altos, la calidad y presentación de los platos han de convertirse en garantía del respeto al pueblo.

## **RECOMENDACIONES:**

Después de haber culminado la investigación se recomienda:

- Anexar al modelo las informaciones en cuanto al consumo y utilización de la fuerza de trabajo, como justificantes del valor del plato que se oferta.
- Aplicar en todos los establecimientos de la gastronomía el método de formación de precios a partir de los gastos. Pues otros métodos no son capaces de reflejar, con toda justeza, la composición de los precios.
- Actualizar, periódicamente, los precios calculados, tomando en consideración la tendencia inflacionaria del costo de la materia prima.
- Estas UEB deben fomentar formas propias de producir sus materias primas para poder disminuir los costos de los recursos que invierten y por tanto puedan entrar al mercado con precios competitivos.

## BIBLIOGRAFIA

- Dirección de organismos internacionales del MINCEX. Año 2002.
- Lineamientos de la política económica y social del Partido y la Revolución, El Capital. Carlos Marx. Tomo III. Edición Ciencias Sociales 1976
- Instrucción. 16- 2000. Ministerio de Finanzas y Precios, La Habana, Cuba
- Instrucción. 36- 2001. Ministerio de Finanzas y Precios, La Habana, Cuba
- Jean Batiptiste Say (1792). Los Precios en la Revolución Industrial y los Mercados. Editorial Les Moilens. Paris, Francia.
- La Política de Competencia, Necesidad de un estudio y Preparación nacionalVII Congreso del PCC. Ciudad de La Habana, 2017.
- Marshall, A. (1897) La formación de los precios, la competencia y el mercado Revels Editions. Londres. Reino Unido.
- Resolución No. 117- 2000. Ministerio de Finanzas y Precios, La Habana, Cuba.
- Resolución No. 1-2005. Ministerio de Finanzas y Precios, La Habana, Cuba
- Resolución no. 21, emitida por el Ministerio de Finanzas y Precios el 11 de 1999,
- Resolución No. 21-1999. Ministerio de Finanzas y Precios, La Habana, Cuba
- Smith, A. (1776). La Riqueza de las Naciones. W Strahan & T Cardell. Londres. Reino Unido.
- William Stanley Jevons (1845) Teoría de Mercados. Revista Economía y Desarrollo. Diciembre 2003. Universidad de La Habana. La Habana, Cuba

# ANEXOS

## ANEXO 1

Ficha de Costo

Plato: Cerdo Guisado

Modelo para la Formación de Precios en la Gastronomía					
Organismo: Comercio Interior	Empresa	Comercio y Gastronomía			
Provincia: Holguín	Municipio	Mayarí			
Establecimiento: UEB La Holguinera					
Identificación del Plato: CERDO GUISADO					
Peso de la Ración en gramos (g)	319		Cantidad de Raciones		10
(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)
Materias primas y materiales.	01	120.81			
Costos de elaboración. (03+09)	02	15.21			
Gastos de fuerza de trabajo (04+05+06+07)	03	15.04			
Salarios	04	11.73			
Vacaciones	05	1.07			
Contribución a la Seguridad Social	06	1.60			
Impuesto por utilización de la Fza de trabajo	07	0.64			
Coefficiente de Gastos indirectos (%)	08	1.5%			
Gastos indirectos de elaboración.	09	0.18			
Coefficiente de gastos grales. Y de admón. (%)	10	1.8%			
Gastos generales y de administración.	11	0.21			
Costos totales (01+02+11)	12	136.23			
Margen comercial autorizado (%)	13	20%			
Utilidad (02)(13)/100	14	3.04			
Impuesto de gastronomía	15	10%			
Precio de venta (12+14)/(1-fila 15)	16	154.75			
Precio propuesto	17	155.00			
Nombres y Apellidos	Cargo		Firma		
Elaborado por	Yoleidis Fernandez de la Paz		Financista		
Visto Bueno:	Manuel Antonio Díaz Conde		Especialista Precios		
Aprobado por:	Cándido Vega Lamedá		Director UEB		

DESAGREGACIÓN DE LAS MATERIAS PRIMAS Y MATERIALES							
Concepto	UM	Norma de Consumo	Precio en libras	Importe	Conversiones		
					gramos	Libra	litro
Carne de Cerdo Entrecerada.	g	2320	200.00	1,008.00	2320	5.04	
Salsa criolla	g	870	51.73	97.77	870	1.89	
Pimienta	g	5	15.00	0.15	5	0.01	
Manteca	g	50	393.00	43.23	50	0.11	
Sal	g	30	6.37	0.45	30	0.07	
Vinagre	MI	150	50.00	7.50	150		0.15
Aceite	MI	100	26.00	2.60	100		0.1
Caldo	MI	500	10.00	5.00	500		0.5
Vianda Hervida (Guarnición)	g	870	22.97	43.41	870	1.89	
Total				1,208.11			
Costo ración				120.81			

DESGLOSE DE LA MANO DE OBRA							
DESCRIPCION	Cantidad trabajadores	Categoría ocupacional	Salario Mensual	Salario por minuto	Norma de tiempo	Gasto de salario	
Preparación	1	Ayudante	2,300.00	0.18429487	25	4.61	
Elaboración	1	Cocinero	2,540.00	0.20352564	35	7.12	
Total (Costo mano de obra por ración)						11.73	

## ANEXO 2

### Ficha de Costo

Plato: Cerdo Frito a la Criolla

Modelo para la Formación de Precios en la Gastronomía					
Organismo: Comercio Interior	Empresa	Comercio y Gastronomía			
Provincia: Holguín	Municipio	Mayarí			
Establecimiento:	UEB La Holguinera				
Identificación del Plato:	CERDO FRITO A LA CRIOLLA				
Peso de la Ración en gramos (g)	290	Cantidad de Raciones		10	
(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)
Materias primas y materiales.	01	136.52			
Costos de elaboración. (03+09)	02	18.34			
Gastos de fuerza de trabajo (04+05+06+07)	03	18.12			
Salarios	04	14.14			
Vacaciones	05	1.29			
Contribución a la Seguridad Social	06	1.93			
Impuesto por utilización de la Fza de trabajo	07	0.77			
Coefficiente de Gastos indirectos (%)	08	1.5%			
Gastos indirectos de elaboración.	09	0.21			
Coefficiente de gastos gales. Y de admón. (%)	10	1.8%			
Gastos generales y de administración.	11	0.25			
Costos totales (01+02+11)	12	155.11			
Margen comercial autorizado (%)	13	20%			
Utilidad (02)(13)/100	14	3.67			
Impuesto de gastronomía	15	10%			
Precio de venta (12+14)/(1-fila 15)	16	178.42			
Precio propuesto	17	178.00			
Nombres y Apellidos	Cargo		Firma		
Elaborado por	Yoleidis Fernandez de la Paz		Financista		
Visto Bueno:	Manuel Antonio Díaz Conde		Especialista Precios		
Aprobado por:	Cándido Vega Lameda		Director UEB		

DESAGREGACIÓN DE LAS MATERIAS PRIMAS Y MATERIALES							
Concepto	UM	Norma de Consumo	Precio en libras	Importe	Conversiones		
					gramos	Libra	litro
Cerdo en Banda	g	2900	200.00	1,260.00	2900	6.3	
Salsa criolla	g	290	51.73	32.59	290	0.63	
Sal	g	32	6.37	0.45	32	0.07	
Aceite	ml	552	26.00	14.30	552		0.55
Vianda Hervida (Guarnición)	g	1160	22.97	57.88	1160	2.52	
Total				1,365.22			
Costo ración				136.52			

DESGLOSE DE LA MANO DE OBRA						
DESCRIPCION	Cantidad trabajadores	Categoría ocupacional	Salario Mensual	Salario por minuto	Norma de tiempo	Gasto de salario
Preparación	1	Ayudante	2,300.00	0.18429487	27	4.98
Elaboración	1	Cocinero	2,540.00	0.20352564	45	9.16
Total (Costo mano de obra por ración)						14.14

## ANEXO 3

Ficha de Costo

Plato: Cerdo Estofado

Modelo para la Formación de Precios en la Gastronomía					
Organismo: Comercio Interior	Empresa		Comercio y Gastronomía		
Provincia: Holguín	Municipio		Mayarí		
Establecimiento:	UEB La Holguinera				
Identificación del Plato:	CERDO ESTOFADO				
Peso de la Ración en gramos (g)	319		Cantidad de Raciones		1
(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)
Materias primas y materiales.	01	114.23			
Costos de elaboración. (03+09)	02	15.69			
Gastos de fuerza de trabajo (04+05+06+07)	03	15.51			
Salarios	04	12.10			
Vacaciones	05	1.10			
Contribución a la Seguridad Social	06	1.65			
Impuesto por utilización de la Fza de trabajo	07	0.66			
Coefficiente de Gastos indirectos (%)	08	1.5%			
Gastos indirectos de elaboración.	09	0.18			
Coefficiente de gastos grales. Y de admón. (%)	10	1.8%			
Gastos generales y de administración.	11	0.22			
Costos totales (01+02+11)	12	130.14			
Margen comercial autorizado (%)	13	20%			
Utilidad (02)(13)/100	14	3.14			
Impuesto de gastronomía	15	10%			
Precio de venta (12+14)/(1-fila 15)	16	148.09			
Precio propuesto	17	148.00			
Nombres y Apellidos	Cargo		Firma		
Elaborado por	Yoleidis Fernandez de la Paz		Financista		
Visto Bueno:	Manuel Antonio Diaz Conde		Especialista Precios		
Aprobado por:	Cándido Vega Lameda		Director UEB		

DESAGREGACIÓN DE LAS MATERIAS PRIMAS Y MATERIALES							
Concepto	UM	Norma de Consumo	Precio en libras	Importe	Conversiones		
					gramos	Libra	litro
Cerdo en Banda	g	250	200.00	108.00	250	0.54	
Salsa criolla	g	29	51.73	3.10	29	0.06	
Sal	g	5	6.37	0.06	5	0.01	
Aceite	Ml	3	26.00	0.08	3		0.003
Vienda Hervida (Guarnición)	g	58	22.97	2.99	58	0.13	
Total				114.23			
Costo ración				114.23			

DESGLOSE DE LA MANO DE OBRA						
DESCRIPCION	Cantidad trabajadores	Categoría ocupacional	Salario Mensual	Salario por minuto	Norma de tiempo	Gasto de salario
Preparación	1	Ayudante	2,300.00	0.18429487	27	4.98
Elaboración	1	Cocinero	2,540.00	0.20352564	35	7.12
Total (Costo mano de obra por ración)						12.10

## ANEXO 4

### Ficha de Costo

Plato: Costilla de Cerdo Grillé

Modelo para la Formación de Precios en la Gastronomía					
Organismo: Comercio Interior	Empresa		Comercio y Gastronomía		
Provincia: Holguín	Municipio		Mayarí		
Establecimiento: UEB La Holguinera					
Identificación del Plato: COSTILLA DE CERDO GRILLÉ					
Peso de la Ración en gramos (g)	246		Cantidad de Raciones		10
(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)
Materias primas y materiales.	01	81.56			
Costos de elaboración. (03+09)	02	14.38			
Gastos de fuerza de trabajo (04+05+06+07)	03	14.22			
Salarios	04	11.09			
Vacaciones	05	1.01			
Contribución a la Seguridad Social	06	1.51			
Impuesto por utilización de la Fza de trabajo	07	0.80			
Coefficiente de Gastos indirectos (%)	08	1.5%			
Gastos indirectos de elaboración.	09	0.17			
Coefficiente de gastos grales. Y de admón. (%)	10	1.8%			
Gastos generales y de administración.	11	0.20			
Costos totales (01+02+11)	12	96.14			
Margen comercial autorizado (%)	13	20%			
Utilidad (02)(13)/100	14	2.88			
Impuesto de gastronomía	15	10%			
Precio de venta (12+14)/(1-15)	16	110.02			
Precio propuesto	17	110.00			
Nombres y Apellidos	Cargo		Firma		
Elaborado por	Yoleidis Fernández de la Paz		Financista		
Visto Bueno:	Manuel Antonio Díaz Conde		Especialista Precios		
Aprobado por:	Cándido Vega Lamedá		Director UEB		

DESAGREGACIÓN DE LAS MATERIAS PRIMAS Y MATERIALES							
Concepto	UM	Norma de Consumo	Precio en libras	Importe	Conversiones		
					gramos	Libra	litro
Costilla de Cerdo	g	1740	200.00	756.00	1740	3.78	
Sal	g	30	6.37	0.45	30	0.07	
Aceite	Ml	50	26.00	1.30	50		0.05
Vlinda Hervida (Guarnición)	g	1160	22.97	57.88	1160	2.52	
Total				815.63			
Costo ración				81.56			

DESGLOSE DE LA MANO DE OBRA						
DESCRIPCION	Cantidad trabajadores	Categoría ocupacional	Salario Mensual	Salario por minuto	Norma de tiempo	Gasto de salario
Preparación	1	Ayudante	2,300.00	0.18429487	27	4.98
Elaboración	1	Cocinero	2,540.00	0.20352564	30	6.11
Total (Costo mano de obra por ración)						11.09

## ANEXO 5

### Ficha de Costo

Plato: Cabeza de Cerdo a la Criolla

Modelo para la Formación de Precios en la Gastronomía					
Organismo: Comercio Interior	Empresa	Comercio y Gastronomía			
Provincia: Holguín	Municipio	Mayarí			
Establecimiento:	UEB La Holguinera				
Identificación del Plato:	CABEZA DE CERDO A LA CRIOLLA				
Peso de la Ración en gramos (g)	319	Cantidad de Raciones		10	
(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)
Materias primas y materiales.	01	35.11			
Costos de elaboración. (03+09)	02	7.91			
Gastos de fuerza de trabajo (04+05+06+07)	03	7.82			
Salarios	04	6.10			
Vacaciones	05	0.55			
Contribución a la Seguridad Social	06	0.83			
Impuesto por utilización de la Fza de trabajo	07	0.33			
Coefficiente de Gastos indirectos (%)	08	1.5%			
Gastos indirectos de elaboración.	09	0.09			
Coefficiente de gastos grales. Y de admón. (%)	10	1.8%			
Gastos generales y de administración.	11	0.11			
Costos totales (01+02+11)	12	43.13			
Margen comercial autorizado (%)	13	20%			
Utilidad (02)/(13)/100	14	1.58			
Impuesto de gastronomía	15	10%			
Precio de venta (12+14)/(1-15)	16	49.68			
Precio propuesto	17	50.00			
Nombres y Apellidos	Cargo		Firma		
Elaborado por	Yoleidis Fernandez de la Paz		Financista		
Visto Bueno:	Manuel Antonio Diaz Conde		Especialista Precios		
Aprobado por:	Cándido Vega Lameda		Director UEB		

DESAGREGACIÓN DE LAS MATERIAS PRIMAS Y MATERIALES							
Concepto	UM	Norma de Consumo	Precio en libras	Importe	Conversiones		
					gramos	Libra	litro
Cabeza de cerdo	g	1450	80.00	252.00	1450	3.15	
Salva criolla	g	870	51.73	97.77	870	1.89	
Sal	g	20	6.37	0.25	20	0.04	
Caldo de cocción de la cabeza de cerdo	ML	100	10.85	1.09	100		0.1
Total				351.11			
Costo ración				35.11			

DESGLOSE DE LA MANO DE OBRA						
DESCRIPCION	Cantidad trabajadores	Categoría ocupacional	Salario Mensual	Salario por minuto	Norma de tiempo	Gasto de salario
Preparación	1	Ayudante	2,300.00	0.18429487	11	2.03
Elaboración	1	Cocinero	2,540.00	0.20352564	20	4.07
Total (Costo mano de obra por ración)						6.10

## ANEXO 6

### Ficha de Costo

Plato: Lengua de Cerdo Guisada

Modelo para la Formación de Precios en la Gastronomía					
Organismo: Comercio Interior	Empresa		Comercio y Gastronomía		
Provincia: Holguín	Municipio		Mayarí		
Establecimiento: UEB La Holguinera					
Identificación del Plato: LENGUA DE CERDO GUISADA					
Peso de la Ración en gramos (g)	377		Cantidad de Raciones		10
(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)
Materias primas y materiales.	01	53.56			
Costos de elaboración. (03+09)	02	11.75			
Gastos de fuerza de trabajo (04+05+06+07)	03	11.61			
Salarios	04	9.06			
Vacaciones	05	0.82			
Contribución a la Seguridad Social	06	1.24			
Impuesto por utilización de la Fza de trabajo	07	0.49			
Coeficiente de Gastos indirectos (%)	08	1.5%			
Gastos indirectos de elaboración.	09	0.14			
Coeficiente de gastos grales. Y de admón. (%)	10	1.8%			
Gastos generales y de administración.	11	0.16			
Costos totales (01+02+11)	12	65.47			
Margen comercial autorizado (%)	13	20%			
Utilidad (02)(13)/100	14	2.35			
Impuesto de gastronomía	15	10%			
Precio de venta (12+14)/(1-fila 15)	16	75.35			
Precio propuesto	17	75.00			
Nombres y Apellidos		Cargo		Firma	
Elaborado por		Yoleidis Fernandez de la Paz		Financista	
Visto Bueno:		Manuel Antonio Diaz Conde		Especialista Precios	
Aprobado por:		Cándido Vega Lameda		Director UEB	

DESAGREGACIÓN DE LAS MATERIAS PRIMAS Y MATERIALES							
Concepto	UM	Norma de Consumo	Precio en libras	Importe	Conversiones		
					gramos	Libra	litro
Lengua de cerdo	g	2900	70.00	441.00	2900	6.3	
Salsa criolla	g	87	51.73	9.83	87	0.19	
Manteca	g	92	393.00	78.60	92	0.2	
Sal	g	29	6.37	0.38	29	0.06	
Vianda Hervida (Guarnición)	g	116	22.97	5.74	116	0.25	
Total				535.55			
Costo ración				53.56			

DESGLASE DE LA MANO DE OBRA						
DESCRIPCION	Cantidad trabajadores	Categoría ocupacional	Salario Mensual	Salario por minuto	Norma de tiempo	Gasto de salario
Preparación	1	Ayudante	2,300.00	0.18429487	16	2.95
Elaboración	1	Cocinero	2,540.00	0.20352564	30	6.11
Total (Costo mano de obra por ración)						9.06

## ANEXO 7

### Ficha de Costo

Plato: Lengua de Cerdo Guisada

Modelo para la Formación de Precios en la Gastronomía					
Organismo: Comercio Interior	Empresa		Comercio y Gastronomía		
Provincia: Holguín	Municipio		Mayarí		
Establecimiento: UEB La Holguinera					
Identificación del Plato: VISCERAS DE CERDO					
Peso de la Ración en gramos (g)	290		Cantidad de Raciones		10
(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)
Materias primas y materiales.	01	68.58			
Costos de elaboración. (03+09)	02	14.14			
Gastos de fuerza de trabajo (04+05+06+07)	03	13.97			
Salarios	04	10.90			
Vacaciones	05	0.99			
Contribución a la Seguridad Social	06	1.49			
Impuesto por utilización de la Fza de trabajo	07	0.59			
Coefficiente de Gastos indirectos (%)	08	1.5%			
Gastos indirectos de elaboración.	09	0.16			
Coefficiente de gastos grales. Y de admón. (%)	10	1.8%			
Gastos generales y de administración.	11	0.20			
Costos totales (01+02+11)	12	82.91			
Margen comercial autorizado (%)	13	20%			
Utilidad (02)(13)*100	14	2.83			
Impuesto de gastronomía	15	10%			
Precio de venta (12+14)/(1-fila 15)	16	95.27			
Precio propuesto	17	95.00			
Nombres y Apellidos		Cargo		Firma	
Elaborado por		Yoleidis Fernandez de la Paz		Financista	
Visto Bueno:		Manuel Antonio Diaz Conde		Especialista Precios	
Aprobado por:		Cándido Vega Lameda		Director UEB	

DESAGREGACIÓN DE LAS MATERIAS PRIMAS Y MATERIALES						
Concepto	UM	Norma de Consumo	Precio en libras	Importe	Conversiones	
					gramos	Libra
Visceras	g	3300	60.00	430.20	3300	7.17
Ajies	g	920	25.00	50.00	920	2
Cebolla	g	920	50.00	100.00	920	2
Ajo	g	87	110.00	20.90	87	0.19
Manteca	g	92	393.00	78.60	92	0.2
Sal	g	29	6.37	0.38	29	0.06
Vianda hervida (Guarnición)	g	116	22.97	5.74	116	0.25
Total				685.82		
Costo ración				68.58		

DESGLOSE DE LA MANO DE OBRA						
DESCRIPCION	Cantidad trabajadores	Categoría ocupacional	Salario Mensual	Salario por minuto	Norma de tiempo	Gasto de salario
Preparación	1	Ayudante	2,300.00	0.18429487	26	4.79
Elaboración	1	Cocinero	2,540.00	0.20352564	30	6.11
Total (Costo mano de obra por ración)						10.90

## ANEXO 8

### Ficha de Costo

Plato: Hígado de Cerdo a la italiana.

Modelo para la Formación de Precios en la Gastronomía					
Organismo: Comercio Interior	Empresa		Comercio y Gastronomía		
Provincia: Holguín	Municipio		Mayarí		
Establecimiento: UEB La Holguinera					
Identificación del Plato: HIGADO DE CERDO A LA ITALIANA					
Peso de la Ración en gramos (g)	203		Cantidad de Raciones		10
(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)
Materias primas y materiales.	01	73.52			
Costos de elaboración. (03+09)	02	13.54			
Gastos de fuerza de trabajo (04+05+06+07)	03	13.38			
Salarios	04	10.44			
Vacaciones	05	0.95			
Contribución a la Seguridad Social	06	1.42			
Impuesto por utilización de la Fza de trabajo	07	0.57			
Coefficiente de Gastos indirectos (%)	08	1.5%			
Gastos indirectos de elaboración.	09	0.16			
Coefficiente de gastos grales. Y de admón. (%)	10	1.8%			
Gastos generales y de administración.	11	0.19			
Costos totales (01+02+11)	12	87.24			
Margen comercial autorizado (%)	13	20%			
Utilidad (02)(13)/100	14	2.71			
Impuesto de gastronomía	15	10%			
Precio de venta (12+14)/(1-15)	16	99.95			
Precio propuesto	17	100.00			
Nombres y Apellidos		Cargo		Firma	
Elaborado por		Yoleidis Fernandez de la Paz		Financista	
Visto Bueno:		Manuel Antonio Díaz Conde		Especialista Precios	
Aprobado por:		Cándido Vega Lamedá		Director UEB	

DESAGREGACIÓN DE LAS MATERIAS PRIMAS Y MATERIALES							
Concepto	UM	Norma de Consumo	Precio en libras	Importe	Conversiones		
					gramos	Libra	litro
Hígado de Cerdo	g	2204	100.00	479.00	2204	4.79	
Ajies	g	310	25.00	16.75	310	0.67	
Cebolla	g	310	50.00	33.50	310	0.67	
Ajo	g	19	110.00	4.40	19	0.04	
Manteca	g	220	393.00	188.64	220	0.48	
Sal	g	29	6.37	0.38	29	0.06	
Vinagre	Ml	250	50.00	12.50	250		0.25
Total				735.17			
Costo ración				73.52			

DESGLOSE DE LA MANO DE OBRA						
DESCRIPCION	Cantidad trabajadores	Categoría ocupacional	Salario Mensual	Salario por minuto	Norma de tiempo	Gasto de salario
Preparación		1 Ayudante	2,300.00	0.18429487	18	3.32
Elaboración		1 Cocinero	2,540.00	0.20352564	35	7.12
Total (Costo mano de obra por ración)						10.44

## ANEXO 9

### Ficha de Costo

Plato: Corazón de Cerdo Guisado.

Modelo para la Formación de Precios en la Gastronomía					
Organismo: Comercio Interior	Empresa	Comercio y Gastronomía			
Provincia: Holguín	Municipio	Mayarí			
Establecimiento:	UEB La Holguinera				
Identificación del Plato:	CORAZÓN DE CERDO GUISADO				
Peso de la Ración en gramos (g)	348		Cantidad de Raciones		10
(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)
Materias primas y materiales.	01	120.82			
Costos de elaboración. (03+09)	02	22.76			
Gastos de fuerza de trabajo (04+05+06+07)	03	22.50			
Salarios	04	17.55			
Vacaciones	05	1.60			
Contribución a la Seguridad Social	06	2.39			
Impuesto por utilización de la Fza de trabajo	07	0.96			
Coefficiente de Gastos indirectos (%)	08	1.5%			
Gastos indirectos de elaboración.	09	0.26			
Coefficiente de gastos grales. Y de admón. (%)	10	1.8%			
Gastos generales y de administración.	11	0.32			
Costos totales (01+02+11)	12	143.90			
Margen comercial autorizado (%)	13	20%			
Utilidad (02)(13)/100	14	4.55			
Impuesto de gastronomía	15	10%			
Precio de venta (12+14)/(1-fila 15)	16	164.94			
Precio propuesto	17	165.00			
Nombres y Apellidos	Cargo		Firma		
Elaborado por	Yoleidis Fernandez de la Paz		Financista		
Visto Bueno:	Manuel Antonio Díaz Conde		Especialista Precios		
Aprobado por:	Cándido Vega Lameda		Director UEB		

DESAGREGACIÓN DE LAS MATERIAS PRIMAS Y MATERIALES							
Concepto	UM	Norma de Consumo	Precio en libras	Importe	Conversiones		
					gramos	Libra	litro
Corazón de Cerdo	g	3500	100.00	761.00	3500	7.61	
Salsa criolla	g	580	51.73	65.18	580	1.26	
Manteca	g	50	393.00	43.23	50	0.11	
Sal	g	50	6.37	0.70	50	0.11	
Vinagre	Ml	150	50.00	7.50	150		0.15
Agua	Ml	2000	10.85	21.70	2000		2
Arroz Blanco (Guarnición)	g	1160	122.58	308.90	1160	2.52	
Total				1,208.21			
Costo ración				120.82			

DESGLOSE DE LA MANO DE OBRA						
DESCRIPCION	Cantidad trabajadores	Categoría ocupacional	Salario Mensual	Salario por minuto	Norma de tiempo	Gasto de salario
Preparación	1	Ayudante	2,900.00	0.18429487	40	7.37
Elaboración	1	Cocinero	2,540.00	0.20352964	50	10.18
Total (Costo mano de obra por ración)						17.55

## ANEXO 10

Ficha de Costo

Plato: Chicharrón.

Modelo para la Formación de Precios en la Gastronomía					
Organismo: Comercio Interior	Empresa		Comercio y Gastronomía		
Provincia: Holguín	Municipio		Mayarí		
Establecimiento: UEB La Holguinera					
Identificación del Plato: CHICHARÓN					
Peso de la Ración en gramos (g)	116		Cantidad de Raciones		4
(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)
Materias primas y materiales.	01	30.00			
Costos de elaboración. (03+09)	02	6.59			
Gastos de fuerza de trabajo (04+05+06+07)	03	6.51			
Salarios	04	5.08			
Vacaciones	05	0.46			
Contribución a la Seguridad Social	06	0.69			
Impuesto por utilización de la Fza de trabajo	07	0.28			
Coefficiente de Gastos indirectos (%)	08	1.5%			
Gastos indirectos de elaboración.	09	0.08			
Coefficiente de gastos grales. Y de admón. (%)	10	1.8%			
Gastos generales y de administración.	11	0.09			
Costos totales (01+02+11)	12	36.68			
Margen comercial autorizado (%)	13	20%			
Utilidad (02)(13)/100	14	1.32			
Impuesto de gastronomía	15	10%			
Precio de venta (12+14)/(1-fila 15)	16	42.22			
Precio propuesto	17	42.00			
Nombres y Apellidos	Cargo		Firma		
Elaborado por	Yoleidis Fernández de la Paz		Financista		
Visto Bueno:	Manuel Antonio Díaz Conde		Especialista Precios		
Aprobado por:	Cándido Vega Lameda		Director UEB		

DESAGREGACIÓN DE LAS MATERIAS PRIMAS Y MATERIALES						
Concepto	UM	Norma de Consumo	Precio en libras	Importe	Conversiones	
					gramos	Libra
Carne de cerdo	g	460	120.00	120.00	460	1
Total				120.00		
Costo ración				30.00		

DESGLOSE DE LA MANO DE OBRA						
DESCRIPCION	Cantidad trabajadores	Categoría ocupacional	Salario Mensual	Salario por minuto	Norma de tiempo	Gasto de salario
Preparación	1	Ayudante	2,300.00	0.18429487	11	2.03
Elaboración	1	Cocinero	2,540.00	0.20352564	15	3.05
Total (Costo mano de obra por ración)						5.08

## ANEXO 11

### Ficha de Costo

Plato: Arroz Amarillo.

Modelo para la Formación de Precios en la Gastronomía					
Organismo: Comercio Interior	Empresa		Comercio y Gastronomía		
Provincia: Holguín	Municipio		Mayarí		
Establecimiento:	UEB La Holguinera				
Identificación del Plato:	ARROZ AMARILLO				
Peso de la Ración en gramos (g)	174		Cantidad de Raciones		10
(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)
Materias primas y materiales.	01	18.80			
Costos de elaboración. (03+09)	02	10.05			
Gastos de fuerza de trabajo (04+05+06+07)	03	9.93			
Salarios	04	7.75			
Vacaciones	05	0.70			
Contribución a la Seguridad Social	06	1.08			
Impuesto por utilización de la Fza de trabajo	07	0.42			
Coefficiente de Gastos indirectos (%)	08	1.5%			
Gastos indirectos de elaboración.	09	0.12			
Coefficiente de gastos grales. Y de admón. (%)	10	1.8%			
Gastos generales y de administración.	11	0.14			
Costos totales (01+02+11)	12	28.99			
Margen comercial autorizado (%)	13	20%			
Utilidad (02)(13)/100	14	2.01			
Impuesto de gastronomía	15	10%			
Precio de venta (12+14)/(1-15)	16	34.44			
Precio propuesto	17	34.00			
Nombres y Apellidos	Cargo		Firma		
Elaborado por	Yoleidis Fernandez de la Paz		Financista		
Visto Bueno:	Manuel Antonio Díaz Conde		Especialista Precios		
Aprobado por:	Cándido Vega Lameda		Director UEB		

DESAGREGACIÓN DE LAS MATERIAS PRIMAS Y MATERIALES							
Concepto	UM	Norma de Consumo	Precio en libras	Importe	Conversiones		
					gramos	Libra	litro
Manteca	g	110	393.00	94.32	110	0.24	
Sal	g	35	6.37	0.51	35	0.08	
Colorante	sobre	2	5	10.00			
Arroz	g	870	44	83.16	870	1.89	
Total				187.99			
Costo ración				18.80			

DESGLOSE DE LA MANO DE OBRA						
DESCRIPCION	Cantidad trabajadores	Categoría ocupacional	Salario Mensual	Salario por minuto	Norma de tiempo	Gasto de salario
Preparación		1 Ayudante	2,300.00	0.18429487	15	2.76
Elaboración		1 Cocinero	2,540.00	0.20352564	24.5	4.99
Total (Costo mano de obra por ración)						7.75

## ANEXO 12

### Ficha de Costo

Plato: Arroz con Sustancias.

Modelo para la Formación de Precios en la Gastronomía					
Organismo: Comercio Interior	Empresa		Comercio y Gastronomía		
Provincia: Holguín	Municipio		Mayarí		
Establecimiento:	UEB La Holguinera				
Identificación del Plato:	ARROZ CON SUSTANCIA				
Peso de la Ración en gramos (g)	174		Cantidad de Raciones		10
(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)
Materias primas y materiales.	01	19.16			
Costos de elaboración. (03+09)	02	10.79			
Gastos de fuerza de trabajo (04+05+06+07)	03	10.66			
Salarios	04	8.32			
Vacaciones	05	0.76			
Contribución a la Seguridad Social	06	1.13			
Impuesto por utilización de la Fza de trabajo	07	0.45			
Coefficiente de Gastos indirectos (%)	08	1.5%			
Gastos indirectos de elaboración.	09	0.12			
Coefficiente de gastos grales. Y de admón. (%)	10	1.8%			
Gastos generales y de administración.	11	0.15			
Costos totales (01+02+11)	12	30.10			
Margen comercial autorizado (%)	13	20%			
Utilidad (02)(13)/100	14	2.16			
Impuesto de gastronomía	15	10%			
Precio de venta (12+14)/(1-15)	16	35.84			
Precio propuesto	17	36.00			
Nombres y Apellidos	Cargo		Firma		
Elaborado por	Yoleidis Fernandez de la Paz		Financista		
Visto Bueno:	Manuel Antonio Diaz Conde		Especialista Precios		
Aprobado por:	Cándido Vega Lameda		Director UEB		

DESAGREGACIÓN DE LAS MATERIAS PRIMAS Y MATERIALES							
Concepto	UM	Norma de Consumo	Precio en libras	Importe	Conversiones		
					gramos	Libra	litro
Manteca	g	110	393.00	94.32	110	0.24	
Sal	g	35	6.37	0.51	35	0.08	
Caldo de sustancia	Ml	174	80.00	13.60	174		0.17
Arroz	g	870	44	83.16	870	1.85	
Total				191.59			
Costo ración				19.16			

DESGLOSE DE LA MANO DE OBRA						
DESCRIPCIÓN	Cantidad trabajadores	Categoría ocupacional	Salario Mensual	Salario por minuto	Norma de tiempo	Gasto de salario
Preparación	1	Ayudante	2,300.00	0.18429487	12	2.21
Elaboración	1	Cocinero	2,540.00	0.20352564	30	6.11
Total (Costo mano de obra por ración)						8.32

## ANEXO 13

Ficha de Costo

Plato: Arroz blanco.

Modelo para la Formación de Precios en la Gastronomía					
Organismo: Comercio Interior	Empresa		Comercio y Gastronomía		
Provincia: Holguín	Municipio		Mayarí		
Establecimiento:	UEB La Holguinera				
Identificación del Plato:	ARROZ BLANCO				
Peso de la Ración en gramos (g)	174		Cantidad de Raciones		10
(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)
Materias primas y materiales.	01	17.80			
Costos de elaboración. (03+09)	02	9.12			
Gastos de fuerza de trabajo (04+05+06+07)	03	9.01			
Salarios	04	7.03			
Vacaciones	05	0.64			
Contribución a la Seguridad Social	06	0.98			
Impuesto por utilización de la Fza de trabajo	07	0.38			
Coefficiente de Gastos indirectos (%)	08	1.5%			
Gastos indirectos de elaboración.	09	0.11			
Coefficiente de gastos gales. Y de admn. (%)	10	1.8%			
Gastos generales y de administración.	11	0.13			
Costos totales (01+02+11)	12	27.04			
Margen comercial autorizado (%)	13	20%			
Utilidad (02)(13)/100	14	1.82			
Impuesto de gastronomía	15	10%			
Precio de venta (12+14)(1-fila 15)	16	32.07			
Precio propuesto	17	32.00			
Nombres y Apellidos	Cargo		Firma		
Elaborado por	Yoleidis Fernandez de la Paz		Financista		
Visto Bueno:	Manuel Antonio Díaz Conde		Especialista Precios		
Aprobado por:	Cándido Vega Lameda		Director UEB		

DESAGREGACIÓN DE LAS MATERIAS PRIMAS Y MATERIALES							
Concepto	UM	Norma de Consumo	Precio en libras	Importe	Conversiones		
					gramos	libra	litro
Manteca	g	110	393.00	94.32	110	0.24	
Sal	g	35	6.37	0.51	35	0.08	
Arroz	g	870	44.00	83.16	870	1.89	
Total				177.99			
Costo ración				17.80			

DESGLOSE DE LA MANO DE OBRA						
DESCRIPCION	Cantidad trabajadores	Categoría ocupacional	Salario Mensual	Salario por minuto	Norma de tiempo	Gasto de salario
Preparación	1	Ayudante	2,300.00	0.18429487	15	2.76
Elaboración	1	Cocinero	2,540.00	0.20352564	21	4.27
Total (Costo mano de obra por ración)						7.03