

EL COSTO ÓPTIMO Y SUS IMPLICACIONES EN EL CONTEXTO CONTABLE ADMINISTRATIVO EN LA INDUSTRIA DE LOS ALIMENTOS Y BEBIDAS

Eber Jardiel Pérez Zúñiga
auditoriaenlinea@hotmail.com

Fecha de recepción: 01.12.2015

Fecha de aceptación: 01.02.2016

Resumen

Como empresa, un establecimiento de alimentos y bebidas rentable, es el sueño de algunas personas. Sin embargo, la expansión del ramo, la contracción de la demanda, el incremento de la actividad informal entre otras causas, propiciaron que estos establecimientos fueran las empresas con el índice de desaparición más alto de nuestro país, México. Por lo que se observa en el ambiente, se puede pensar que es fácil administrarlo, lo difícil es hacerlo bien. El presente documento plasma algunas experiencias que tienen por objeto ayudar a incrementar la eficiencia en la operación de estos establecimientos, maximizando las utilidades a través del control de los costos y la aplicación del costo óptimo como una estrategia competitiva.

Palabras clave: alimentos y bebidas, rentabilidad, costos.

Abstract

As a company, a food establishment and profitable drinks, is the dream of some people. However, branch expansion, contraction in demand, increasing informality among other things, meant that these establishments were the companies with the highest rate of disappearance of our country, Mexico. As seen in the atmosphere, you may think it is easy to administer, how difficult is it right. This document plasma some experiences that are designed to help increase efficiency in the operation of these establishments, maximizing profits through cost control and the implementation of optimal cost as a competitive strategy.

Keywords: food and beverages, profitability, costs.

Introducción

En esta investigación se presenta un análisis de las implicaciones de los costos en el contexto contable administrativo en la industria de los alimentos y bebidas, se inicia con la definición de costo, se comentan brevemente las características de los establecimientos de alimentos y bebidas así como la estrategia competitiva de evitar los sobre costos, se hace una comparación de los sistemas de costeo en este sector a través de la historia y se ejemplifica la estrategia competitiva de aplicar el modelo de costo óptimo.

I. Los costos

Uno de los aspectos más importantes en la vida, tanto personal como laboral y de negocios, es la toma de decisiones. Este tema es indispensable sobre todo en las empresas y organizaciones (independientemente de su tamaño y giro) pues una resolución mal tomada, puede llevarlos a un mal término. Por ello, las personas encargadas de la toma de decisiones, deben estar capacitadas y conocer ampliamente las características y pasos de este proceso. Relacionado con este tema e inclusive como indicador del mismo, se tiene el control de costos, entendido como el esfuerzo que se realiza para tratar de obtener un producto o servicio de calidad, gastando la menor cantidad de dinero que sea posible. Lo que conducirá a la empresa a ofrecer a sus clientes precios razonables, que le permitan tener una diferencia con relación a la competencia.

En palabras de E. Reyes (1996), un costo es “el conjunto de esfuerzos y recursos que se invierten para obtener un bien”, económicamente hablando representa: toda la inversión necesaria para producir, distribuir y vender un artículo. Asimismo, David N. Ramírez Padilla (1997), establece que un costo es “la suma de pagos en que incurre una persona física o moral para adquirir un bien o un servicio, con la intención de que genere ingresos en el futuro”, el costo en la industria de alimentos y bebidas en términos simples debe entenderse como “todo lo que sale del almacén” tal y como lo menciona Francisco José Cuevas (2004), un costo “son todas aquellas salidas de mercancía que en su momento fueron compradas con la intención de procesarse y/o venderse”

II. Características de los establecimientos de alimentos y bebidas

Los establecimientos de alimentos y bebidas son muy importantes en el crecimiento económico de México. Contribuyen a la economía nacional a través del sector servicios, mismo que registró un incremento del 1.9% con relación al tercer trimestre del año de 2013 en cuanto al número de cotizantes para el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) -según la actividad económica de servicios-, con un total de 4 284 983, a enero de 2015 (INEGI, 2015). Tan sólo en el estado de Veracruz según datos del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) a diciembre de 2014 la población ocupada en el sector servicios no financieros asciende a 287 295 personas (162 166 hombres y 125 129 mujeres), son una mezcla entre comercio e industria; por lo tanto el control de costos resulta más complejo, produce (como una industria) y vende (como un comercio), es decir, se deben controlar los costos por los servicios prestados o los productos entregados. Se costea en base a órdenes (cada servicio genera un ingreso y también un costo), los indirectos se estiman de acuerdo a tiempos empleados y a la infraestructura necesaria para prestar el servicio y, finalmente, se debe calcular el costo-porción para determinar precios de venta de la carta y tomar las mejores decisiones.

El éxito de todo establecimiento de alimentos y bebidas inicia con un adecuado diseño de su carta, con ingredientes de temporada apegados a estándares de cantidad y calidad, sin demasiadas variantes y con un análisis adecuado de los costos en recetas estándar y sus desplazamientos. Un correcto control de costos consiste en identificar una utilidad extra a todos los ingredientes y considerar un número ideal de entradas, sopas, ensaladas, platos fuertes y postres óptimos, que, en función del número de comensales esperados, permitan la rotación de todos los productos, una estructura de precios que permita la rotación de todos los platillos y el desplazamiento de las materias primas

III. La estrategia competitiva de evitar los sobre costos

Un secreto para ser competitivo es evitar los sobre-costos, es decir, todo ingrediente que se utilice de más sin obtener ningún provecho. El sobre-costo se origina desde el momento en que se diseña la receta o selecciona al proveedor hasta el momento en que se le entrega el alimento o la bebida y se le cobra al comensal o cliente; en este flujo de operaciones es necesario identificar las fugas y mermas e implementar soluciones al problema identificado, de tal forma

que no afecte la operación eficiente del establecimiento.

Generalmente, el propietario tiene la percepción de que los sobre-costos se deben a la falta de honradez de sus colaboradores, esto origina desconfianza y un inadecuado clima laboral, no siempre es así; también pueden ser por: la mala selección de ingredientes y/o proveedores, la inadecuada recepción (fuera del estándar) y almacenamiento (temperaturas y rotaciones) de los ingredientes, el exceso de producción, etcétera; en general, la falta de administración, especialmente de control en el establecimiento.

IV. Métodos de costeo a través de la historia

En la historia reciente de los establecimientos de alimentos y bebidas se han aplicado tres métodos básicos para fijar el costo de las recetas por porciones o por copeo. La diferencia principal entre éstos es la aplicación de una fórmula para obtener el valor real considerando el porcentaje de utilidad deseada, el método del costo real aplica una regla de tres inversa y considera un costo real del 33% y en el tercer método del precio directo, el costo se considera una parte igual de los demás costos, gastos y utilidad esperada.

Figura 1. Comparación de métodos de costeo.

Método del Valor Real	
Valor real	$= \frac{\text{Costo} \times 100}{\text{Porcentaje aprovechable}}$
Método del Costo Real	
Costo real = 33 % directo en Estado de Resultados	
Costo	33 %
X	100 %
Método del precio directo	
Precio directo = 25 % de su costo por tres o cuatro partes iguales.	
Costo	25 %
Gastos	25 %
Otros/fijos	25 %
Utilidad	25 %
	100 %

Fuente: elaboración propia, con base en Cuevas (2004).

Para el costeo de la carta, cada establecimiento adopta (según su experiencia o recomendación), alguno de los tres métodos anteriores, y, generalmente, terminan actualizando precios de venta en la carta por los márgenes de utilidad -demasiados bajos-, por ejemplo: ganan un 100 % de utilidad en un plato fuerte y eso representa un 50 % del costo del platillo, más esto no es suficiente para soportar los gastos mensuales en el establecimiento. Es falso que los alimentos se deban multiplicar por tres y las bebidas por cinco, además se deben considerar otros factores.

V. La estrategia competitiva de aplicar el costo óptimo

El costo óptimo es el nivel más bajo de costo de la preparación de un alimento o bebida si se apega totalmente a la receta estándar (sin fugas ni mermas), en un inicio aplicaban los costos según los siguientes datos.

Es decir, como máximo el costo para alimentos debe ser 30%, para bebidas 20% y para otros costos (como distintivos, revistas y otros) 50%, en promedio total los costos no deben pasar el 30% (no confundir con que la suma debe ser 100%).

Tabla 1. Tabla de costos en la industria de alimentos y bebidas.

ALIMENTOS	30 %
BEBIDAS	20 %
OTROS	50 %
PROMEDIO TOTAL	30 %

Fuente: elaboración propia.

Es un error calcular el precio de venta bajo los porcentajes de los promedios de costo, cada alimento y bebida son diferentes, considerar que todos se deben calcular bajo la premisa de estos porcentajes es un error de estrategia, lo que impide ser competitivos en el mercado, además de la creciente competencia, la caída del ingreso per cápita, el desempleo, el cambio en nicho de mercado, el

bajo consumo y el incremento en costos, en gastos y en impuestos, los precios de venta en la industria de alimentos y bebidas han tenido que ajustarse en proporción directa a los precios de la competencia impactando en los márgenes de utilidad sin considerar los costos de las recetas.

En la actualidad, la mayoría de los establecimientos de alimentos y bebidas no aplican un costeo estándar en sus recetas y algunos aplican los siguientes porcentajes de costos.

Es decir, como máximo el costo para alimentos debe ser 35% (antes 30%), para bebidas 28% (antes 20%) y para otros costos (como distintivos, revistas y otros) 50% (continúa en 50%), en promedio total los costos no deben pasar el 32 % (antes 30%).

Tabla 2. Porcentajes actuales de costos en la industria de alimentos y bebidas.

ALIMENTOS	35 %
BEBIDAS	28 %
OTROS	50 %
PROMEDIO TOTAL	32 %

Fuente: elaboración propia.

El porcentaje de costo se incrementó en ocho puntos porcentuales por el aumento del Impuesto Especial sobre Productos y Servicios (IEPS) y el total en dos puntos porcentuales. Debido a factores inflacionarios, los porcentajes de costos en los establecimientos de alimentos y bebidas se desplazan gradualmente hasta el punto en que sea necesario incrementar nuevamente los precios. De igual forma es conveniente calcular el costo de alimentos, bebidas y otros por lo menos cada seis meses cuando la inflación en los ingredientes sea de dígito y en forma trimestral cuando sea de doble dígito.

Los rangos de costo que propongo para su aplicación en la industria de alimentos y bebidas en México son los siguientes:

Tabla 3. Rangos propuestos de costos óptimos.

C O N C E P T O	PORCENTAJE DE COSTO
ENTRADAS	20-40%
SOPAS	5-40%
ENSALADAS	5-30%
PASTAS	5-30%
CARNICOS	30-40%
PESCADOS	30-50%
MARISCOS	30-50%
AVES	15-30%
PLATILLOS REGIONALES	10-30%
POSTRES	10-40%
MEDIA ALIMENTOS	35%
VINOS	30-50%
LICORES NACIONALES	15-30%
LICORES IMPORTADOS	25-40%
CERVEZA	10-20%
REFRESCOS	10-20%
AGUAS PREPARADAS	5-15%
AGUA EN BOTELLA	10-20%
MEDIA BEBIDAS	28%
MEDIA TOTAL	32%

Fuente: elaboración propia.

Aun cuando “no existe un dato actualizado sobre el número de establecimientos de alimentos y bebidas con Registro Nacional de Turismo (RNT)” (SECTUR, 2015), las distintas ciudades se caracterizan por concentrar el arte culinario regional así como platillos nacionales. De igual manera, se han establecido distintos tipos de cocinas internacionales cuyos platillos han ganado la preferencia de los comensales, a manera de ejemplo; suponga que en un establecimiento de alimentos y bebidas solo se venden estos tres platillos, el costo óptimo será de 34.65% lo que representa que por cada peso que se venda se ganaran poco más de 65 centavos para absorber los gastos y generar utilidades.

Las unidades representa el número de platillos vendidos en el mes, el costo representa el costo unitario de cada platillo multiplicado por el número de unidades vendidas en el mes, la venta el número de platillos vendidos en el mes multiplicado por su precio de venta (sin IVA). El porcentaje representa la proporción del costo con respecto a las ventas, y para calcularlo hay que dividir el costo total entre las ventas y multiplicarlo por cien. En el caso de las sopas, el 20 % se obtiene dividiendo \$ 1,062.00 entre \$5,310.00 y luego multiplicándolo por 100. Por último, para calcular el costo óptimo de alimentos habrá que dividir el total de costos (según receta) entre el total de ventas, para después multiplicarlo por 100. En este caso el 34.65% se obtiene dividiendo \$ 12,912 entre \$ 37,260 y luego multiplicándolo por cien (Ver Tabla 4). Cabe destacar que así se deben calcular para todos los demás platillos y bebidas para determinar el costo óptimo, o de lo contrario se podrán utilizar los costos óptimos indicados considerando que ello implica un cierto margen de error.

Tabla 4. Cálculos basados en el costo óptimo.

PLATILLO	UNIDADES	COSTO	VENTA	PORCENTAJE
SOPA	354	\$ 1,062.00	\$ 5,310.00	20.00 %
PLATO FUERTE	450	\$ 11,250.00	\$ 29,250.00	38.46 %
POSTRE	150	\$ 600.00	\$ 2,700.00	22.22 %
TOTAL	954	\$12,912.00	\$ 37,260.00	34.65 %

Fuente: elaboración propia.

Es fundamental determinar el costo porción de cada receta para agregar un margen de utilidad en % que se refleje en un margen de utilidad en \$ que permita determinar un precio de venta competitivo (se recomienda fijar el precio de venta en la carta utilizando el método basado en la competencia). Posteriormente calcular el costo óptimo de cada alimento o bebida ($\text{Costo óptimo} = (\text{costo porción} / \text{precio de venta}) \times 100$) y finalmente elaborar una tabla que permita comparar todos los costos porciones para determinar si está dentro del rango de costo óptimo y autorizar esa receta estándar para aparecer en carta (Ver tabla 5).

Tabla 5. Tabla de costo óptimo.

No.	Nombre	Costo porción	Margen de utilidad		Precio Venta	Unidades producidas	Cortesías	Unidades cobradas	COSTO TOTAL	INGRESOS	COSTO OPTIMO	RANGO DE COSTO	OBSERVACIONES
			En %	En \$									
1	Entrada	\$ 10.00	180.00%	\$ 18.00	\$ 28.00	10	0	10	\$ 100.00	\$ 280.00	35.71%	20% - 40%	Aceptable
2	Ensalada	\$ 13.00	250.00%	\$ 32.50	\$ 5.50	6	0	6	\$ 78.00	\$ 273.00	28.57%	5% - 30%	Aceptable
3	Mariscos	\$ 42.00	203.00%	\$ 85.26	\$ 127.26	7	0	7	\$ 294.00	\$ 890.82	33.00%	30% - 50%	Aceptable
4	Postres	\$ 5.00	193.00%	\$.65	\$ 14.65	3	1	2	\$ 15.00	\$ 29.30	51.19%	10% - 40%	Sobre costo
TOTAL		\$ 70.00	207.73%	\$ 45.41	\$ 215.41	26	1	25	\$ 487.00	\$ 1,473.12	33.06%	35.00%	Aceptable

Fuente: Elaboración propia.

El precio de venta en carta es un elemento de imagen y competitividad (proyecta el nivel de los servicios del establecimiento), debe responder a las expectativas y la capacidad de los comensales, para que el comensal reciba más de lo que esperaba y lo considere bajo.

Conclusión

El control de costos ayuda a incrementar las utilidades, sin necesidad de subir los precios, sin sacrificar la calidad o porciones de los ingredientes de los alimentos o bebidas, por el contrario, ayuda a mejorar estos atributos. El control de costos basado en el modelo de costo óptimo propuesto es una forma de calcular los márgenes adecuados de utilidad para competir estratégicamente en la industria de los alimentos y bebidas.

Referencias bibliográficas

Libros:

Collins, J. (2007). *Empresas que perduran* (Built to Last). México: Grupo Norma.

Cuevas, Francisco José (2004). *Control de Costos y Gastos en los Restaurantes*. México: LIMUSA.

Morfín, M. (2006). *Administración de Comedor y Bar*. México: Trillas.

Ramírez Padilla, David N. (2014). *Contabilidad Administrativa*. (8ª. ed.). México: Mc Graw Hill.

Reyes, E. (1996). *Control de Costos en la Hotelería y Gastronomía*. (3ª. ed.). México: LIMUSA.

Ron, L., Parker, T. (2007). *Saque su mano de mi bolsillo*. USA: Nelson Tennesse.

Sánchez, E. (2007). *Manual de administración y gastronomía*. México: Trillas.

Youshimatz, A. (2006). *Control de costos de Alimentos y Bebidas*. (2ª. ed.). México: Trillas.

Referencias electrónicas:

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2015). Recuperado el 2 de febrero de 2015, disponible en: <http://www.inegi.org.mx/sistemas/bie/cuadros>.

Secretaría de Turismo, Cultura y Cinematografía del Estado de Veracruz (SECTUR). (2015). Recuperado el 6 de febrero de 2015, disponible en: <http://www.veracruz.gob.mx/turismo/files/2012/12/Restaurant.pdf>

<http://xalapaentour.com/restaurantes>

<http://www.enjoymexico.net/mexico/xalapa-restaurantes-mexico.php>

Eber Jardiel Pérez Zúñiga

auditoriaenlinea@hotmail.com

Académico de la Facultad de Contaduría y Administración. Universidad Veracruzana.