

Escandallo en Restauración y Fijación de Precios *Gestión y control de la producción de la actividad en Restauración*

Jose Ignacio González Gómez

Departamento de Economía, Contabilidad y Finanzas - Universidad de La Laguna

www.jggomez.eu

Versión del documento 1.9

Introducción a la estructura de costes en restauración

- Estructura típica de los costes en el sector de la restauración
- Estructura tipo de la cuenta de explotación en la restauración

Factores estratégicos en restauración

El escandallo de un plato, calculo y análisis de los consumos

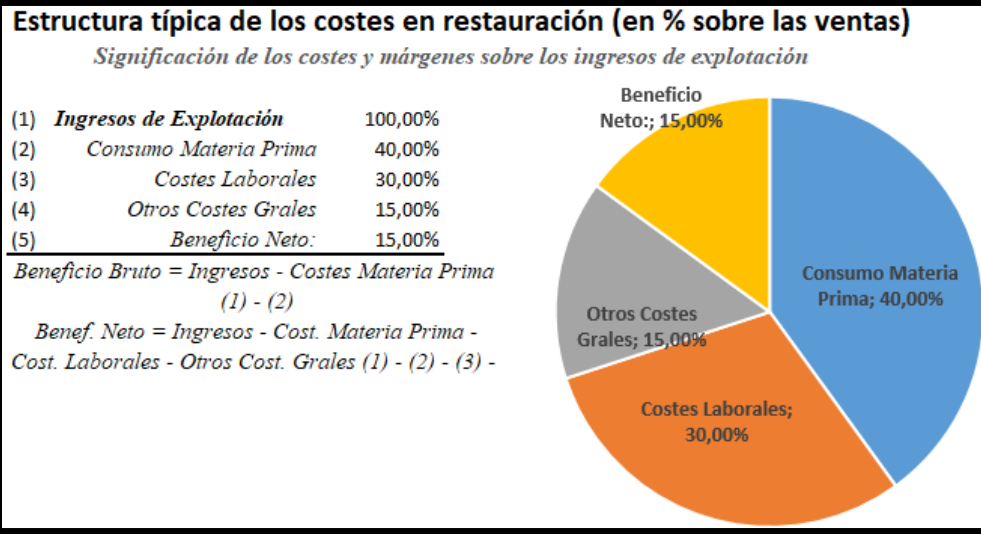
Food Cost, concepto clave en restauración

Métodos generales para fijar el precio de un plato

- Métodos tradicionales
- Métodos modernos

Introducción a la estructura de costes en la restauración

Estructura típica de los costes en el sector de la restauración



Por tanto, saber cómo calcular el coste de una ración de un plato de la carta es esencial en la contabilidad de costes y la toma de decisiones del restaurante

Estructura tipo de la cuenta de explotación en la restauración

Cuenta de Explotación de un establecimiento tipo

Concepto	Muy Bien	Ideal	Mal
A – Ventas %	100 %	100 %	100 %
B – Materia prima	27 %	< 30 %	> 40 %
C – Personal	31 %	< 35 %	> 37 %
Coste primario B + C	58 %	< 65 %	> 77 %
D – Gastos Generales	8 %	< 10 %	> 15 %
Funcionamiento	Energía y agua Impuestos y tasas locales	Mantenimiento Reposiciones Seguros	Reparaciones Lavado ropa Otros
Gestión	Teléfono Oficina	Imprenta Marketing	Material oficina Otros
E – Costes de ocupación	7% Alquiler	< 8 % Amortizaciones	> 12 % Intereses
F – Rdo. Bruto	27 %	17 %	(-4 %)
Impuestos	7 %	7 %	3 %
G – Rdo. Neto	20 %	10 %	(-7 %)

Factores estratégicos en restauración

- *Implantación de fichas técnicas de escandallos para cada referencia.*
- *Realización de inventarios mensuales*
- *Implementación de sistemas de recepción: pesaje, control de albaranes y de precios.*
- *Registro de mermas.*
- *Registro de consumos de personal e invitaciones.*

El escandallo de un plato, calculo y análisis de los consumos

Escandallo - Gestión y Control de Producción					
Fecha de valoración:		12-dic.			
Categoría:		Hamburguesas y Bocadillos		Familia: Hamburguesas	
Nombre:		Hamburguesa Plus		PVP: 10,00 €/rac	
Coste Límite:		2,50 €/rac		% Coste Máx. Para la Familia: 30%	
Semana 50 Valores de insumos				Estándar de consumo	
Receta - Ingredientes	Unidad de medida	Cantidad	Precio (€)	Consumo	Coste
Hamburguesas	Cajas	12,00	14,75 €	1,00	1,229
Pan	Bolsas	12,00	5,00 €	1,00	0,417
Queso	kg	1,00	11,00 €	0,04	0,440
Tomate	Kg	1,00	1,72 €	0,04	0,065
Lechuga	Kg	1,00	1,70 €	0,01	0,017
Cebolla	Kg	1,00	0,88 €	0,04	0,033
Azúcar integral	Kg	1,00	2,30 €	0,0011	0,0025
Vinagre Módena	litros	1,00	5,00 €	0,003	0,016
Aceite Oliva	litros	1,00	6,00 €	0,015	0,09
Resultados				Coste total receta: 2,31	
Total Neto Obtenido		350 gr	Nº Raciones	1 rac	Coste ración: 2,31

Food Cost, concepto clave en restauración

El Food Cost es un concepto fundamental en la gestión de restaurantes, así cuando comenzamos en el mundo de restauración, una de las cosas que más choca en las reuniones de varios hosteleros es cuando se preguntan: **“Y tú, ¿en cuánto estás?”**

A partir de ahí, el novato escucha asombrado la sucesión de cifras que comentan: “yo en un 25”, “nosotros en un 34”, “no me extraña que estés en un 18, ¡¡con lo que das de comer!!” (comentario jocoso), “yo llevo unos meses en el 37 y no sé cómo bajar”...

A lo que se refiere toda esta gente es al food-cost o, lo que es lo mismo, al coste de materia prima medido en tanto por ciento respecto a las ventas. Por tanto, es un ratio que relaciona el consumo de materia prima del restaurante con las ventas, siendo un coste variable pues aumenta y disminuye proporcionalmente a las ventas realizadas.

consumo de materia prima / ventas

Los indicadores del sector se suelen situar en los siguientes intervalos:

- En restaurantes con un punto gastronómico el % de food cost está entre el 30 y 35%;
- en fast food puede bajar del 16 al 20%.

También hay indicadores relacionados con la categoría de productos como:

- Comida
 - Menús y Buffets: 30 - 40 %
 - Restaurante Carta: 40 - 45 %
- Bebida
 - Bar: 20 - 25 %
 - Bodega Restaurante : 25 - 35 %

Métodos generales para fijar el precio de un plato

Métodos tradicionales

Los principales métodos tradicionales para la fijación del precio de los platos son:

1. Método de precio razonable o intuitivo. El responsable se pone en la piel del cliente y estima cuánto estará dispuesto a pagar. Esto puede suponer el no recuperar todos los costes del restaurante u obtener un margen de beneficio insatisfactorio.
2. Método de la competencia. Consiste en fijar los precios acordes a los de la competencia y habitualmente ligeramente inferiores para captar cuota de mercado.

Otros, en cambio, suben estos precios ligeramente para obtener así una rentabilidad por encima de la competencia.

El principal problema de este método es que parte de la premisa de que el restaurante que copia los precios de la competencia ofrece la misma experiencia que sus competidores, que su estructura de costes es también análoga a la competencia, o que ésta última tiene los mismos objetivos de rentabilidad y beneficio, así como que ha fijado sus precios mediante análisis rigurosos de rentabilidad del negocio.

3. Método del líder. Este método funciona exactamente igual que el método de la competencia, con sus correspondientes limitaciones, pero asumiendo que hay una empresa líder o dominante en el mercado de la que replicar sus precios.
4. Método de prueba y error. Consiste en corregir los precios de la carta en función del volumen de ocupación del local. Esta medida correctiva nunca es recomendable
5. Precio psicológico. Método que se basa en la percepción del cliente de la relación calidad/precio para fijar, precios a 4,95€ o 4,90€ en lugar de 5,00€, por ejemplo. Dado que leemos de izquierda a derecha y nuestro cerebro muchas veces no lee textualmente, sino que lo interpreta, nos quedamos con el 4 y no con el 5.
6. Precios de entrada o dumping. Método usado en empresas de nueva creación en el que se establecen precios muy bajos para absorber parte de la cuota de mercado y posteriormente subirlos para adecuarlos a sus necesidades de rentabilidad.

Fijación de precios

Método precio mínimo según estándar de restauración

En la restauración los gastos se reparten en tres grupos:

Alimentación y bebidas	30%	<u>2,31</u>
Costes genales (alquiler, luz,...)	20%	<u>1,54</u>
Coste Personal (nómina, S.S...)	35%	<u>2,69</u>
Beneficio deseado...	15%	<u>1,15</u>
<i>Precio mínimo de venta de una ración:</i>		7,70

Método Hubbart o % sobre Food Cost

Se determina primero el % de food cost con el que se quiere trabajar y se aplica al escandallo

A) % de FoodCost estimado o <u>deseado</u>	30%
B) Coste del producto	<u>2,31 €/rac</u>
C) Precio del plato (B/A)	<u>7,70 €/rac</u>

Método del multiplicador (del 3) o coeficiente de venta

Este método es el origen del tan mal usado "multiplicamos por 3 el coste del plato", aunque no exista una base técnica que lo sustente sino la costumbre. Consiste en añadir al coste del plato (escandallo) un margen de ganancia que cubra los costes de estructura (costes fijos) y garantice el margen deseado

% de FoodCost estimado o promedio	23%
Coeficiente Multiplicador o coeficiente de venta	<u>4,33</u>
Coste del producto	<u>2,31</u>
Precio del plato	10,00