

Costos, Precios, Contribución y Presupuesto

Hoy vamos a hacer cuentas simples y pensar cómo se arma un negocio rentable. En gastronomía y hotelería, si no entendemos los costos, ponemos mal los precios, no llegamos al punto de equilibrio y el negocio pierde dinero.



Objetivos de la Clase

Dominar estos cinco pilares fundamentales te permitirá construir un negocio gastronómico o hotelero rentable y sostenible en el tiempo.



Distinguir Tipos de Costos

Aprender a clasificar costos fijos, variables, directos e indirectos para tomar decisiones informadas.



Calcular Precio de Venta

Dominar tres métodos prácticos para fijar precios que aseguren rentabilidad.



Contribución Marginal

Entender cuánto deja limpio cada venta para cubrir costos fijos y generar ganancia.



Punto de Equilibrio

Calcular las ventas mínimas necesarias para no perder dinero en tu operación.



Presupuesto Básico

Armar un presupuesto completo en 5 pasos para ordenar las finanzas del negocio.



Costo vs Gasto: La Diferencia Fundamental

Costo

Es la plata que invertimos para producir algo y que **recuperamos con la venta**. Los costos están directamente vinculados a la producción de nuestros productos o servicios.

Ejemplos prácticos:

- Ingredientes para preparar un plato
- Amenities para una habitación de hotel
- Mano de obra directa en cocina
- Envases y embalajes

Gasto

Es la plata necesaria para operar el negocio pero que **no recuperamos directamente** con una venta específica. Son necesarios para mantener el negocio funcionando.

Ejemplos prácticos:

- Publicidad y marketing
- Gastos administrativos
- Servicios públicos generales
- Seguros y licencias

 Frase clave: "Costo se recupera con la venta. Gasto, no."

Clasificación de Costos

Entender cómo clasificar los costos es fundamental para tomar decisiones estratégicas. Existen dos criterios principales de clasificación que debemos dominar.



Costos Fijos (CF)

Se pagan aunque no vendamos nada. Son independientes del nivel de actividad del negocio.

Ejemplos con valores reales:

- Alquiler del local: \$500.000/mes
- Sueldos administrativos: \$350.000/mes
- Seguros y licencias
- Servicios básicos mínimos



Costos Variables (CV)

Suben o bajan según cuánto vendamos. Están directamente relacionados con el volumen de producción.

Ejemplos con valores reales:

- Harina e insumos por plato
- Amenities por noche de hotel
- Comisiones de delivery
- Envases y packaging



Costos Directos

Podemos asignarlos específicamente a un producto o servicio concreto.

Ejemplos:

- Ingredientes de un plato específico
- Mano de obra en producción
- Amenities de una habitación





Costos Indirectos

Necesarios para el local pero no asignables a un producto puntual.

Ejemplos:

- Marketing general del local
- Mantenimiento del establecimiento
- Limpieza general

  **Reglas clave:** Fijo/Variable = cómo se comporta el costo. Directo/Indirecto = a qué lo podemos asignar.

Del Costo al Precio: Tres Métodos Prácticos

El precio de venta no se copia del vecino, se calcula. Existen tres métodos simples y efectivos que todo profesional debe dominar para asegurar la rentabilidad de su negocio.

01

Fórmula Básica

$$PV = \text{Costo Total} + \text{Ganancia deseada}$$

El método más directo y simple. Sumamos todos los costos y agregamos la ganancia que queremos obtener.

Ejemplo práctico: Café con medialuna →
Costo total \$800 + Ganancia deseada \$400 =
PV \$1.200

02

Markup (Multiplicador)

$$PV = \text{Costo Total} \times (1 + \% \text{ de ganancia})$$

El Markup multiplica el costo total y asegura un margen fijo de ganancia. Es ideal para mantener porcentajes consistentes.

Ejemplo práctico: Pizza → Costo total \$3.000
× 1,70 (ganancia 70%) = PV \$5.100

03

Food Cost %

$$PV = \text{Costo Ingredientes} \div \% \text{ Food Cost}$$

El Food Cost es el porcentaje que representan los ingredientes sobre el precio de venta. Método estándar en gastronomía.

Ejemplo práctico: Plato → Ingredientes \$900 ÷
0,30 (Food Cost 30%) = PV \$3.000

 Frase clave: "Primero costo, después precio. Nunca al revés."

Food Cost: El Indicador Clave en Gastronomía

El Food Cost es uno de los indicadores más importantes en gastronomía. Nos dice qué porcentaje del precio de venta representan los ingredientes, permitiéndonos evaluar la rentabilidad de cada plato.

📌 Fórmula del Food Cost

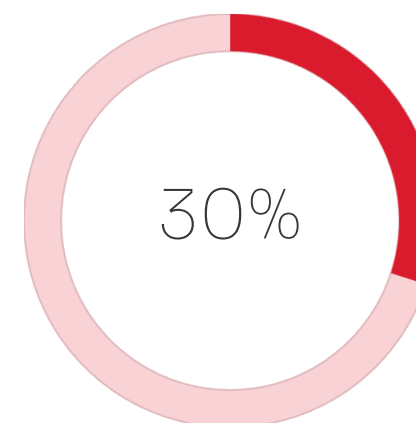
$$\text{Food Cost \%} = (\text{Costo Ingredientes} \div \text{Precio de Venta}) \times 100$$

Ejemplos de Cálculo:

- **Café con medialuna:** Ingredientes \$300, PV \$1.000 → Food Cost = 30%
- **Plato de pasta:** Ingredientes \$1.200, PV \$4.000 → Food Cost = 30%

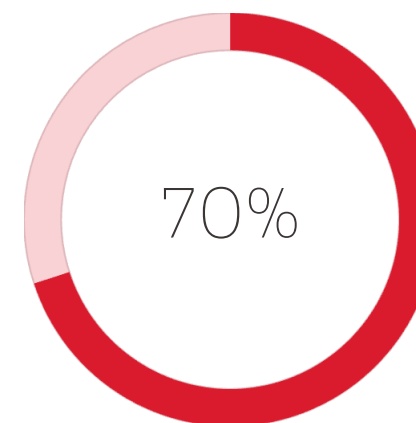
📊 Valores de Referencia

- **Ideal: 25% a 35%** - Rango óptimo de rentabilidad
- **Menos de 25%:** Producto sobrevaluado o muy rentable
- **Más de 35%:** Baja rentabilidad, revisar precio o costos



Food Cost Ideal

Equilibrio perfecto entre rentabilidad y competitividad



Margen Restante

Para cubrir costos fijos y generar ganancia

📌 **Diferencia clave:** Markup multiplica el costo total. Food Cost mide cuánto pesan los ingredientes sobre el precio final.

Contribución Marginal: El Motor del Negocio

La Contribución Marginal (CM) es lo que queda limpio después de restar el costo variable unitario al precio de venta. Es el dinero que cada venta aporta para cubrir los costos fijos y, una vez cubiertos, convertirse en ganancia pura.



📐 Fórmula: $CM = PV - CVu$

Ejemplo: Medialuna

- Precio de Venta: \$700
- Costo Variable Unitario: \$279,70 (harina, manteca, azúcar, gas, etc.)
- Contribución Marginal: \$420,30

Cada medialuna vendida aporta \$420,30 para cubrir los costos fijos del local (alquiler, sueldos, servicios) y luego generar ganancia.

Interpretación Práctica

La CM es el motor del negocio. Cada venta suma "ladrillitos" para cubrir los costos fijos. Una vez cubiertos todos los fijos, cada nueva venta es ganancia pura.

Por eso es tan importante:

- Maximizar la CM de cada producto
- Vender productos con alta CM
- Controlar los costos variables

📌 💡 Frase clave: "La CM es el motor: cada venta suma ladrillitos para cubrir los fijos."

Punto de Equilibrio: Tu Primera Meta

El Punto de Equilibrio (PE) es el número mínimo de ventas necesarias para no perder dinero. Es donde los ingresos igualan a los costos totales. A partir de ahí, todo lo que vendas es ganancia pura.

📐 Fórmula: $PE = CF \div CMu$

Dividimos los Costos Fijos totales por la Contribución Marginal unitaria para saber cuántas unidades debemos vender.



Ejemplo: Restaurante

- Costos Fijos mensuales: \$3.000.000
- Contribución Marginal por plato: \$10.000
- PE = 300 platos/mes

Necesitas vender 300 platos al mes para cubrir todos los costos fijos. Del plato 301 en adelante, ya es ganancia.



Ejemplo: Hotel

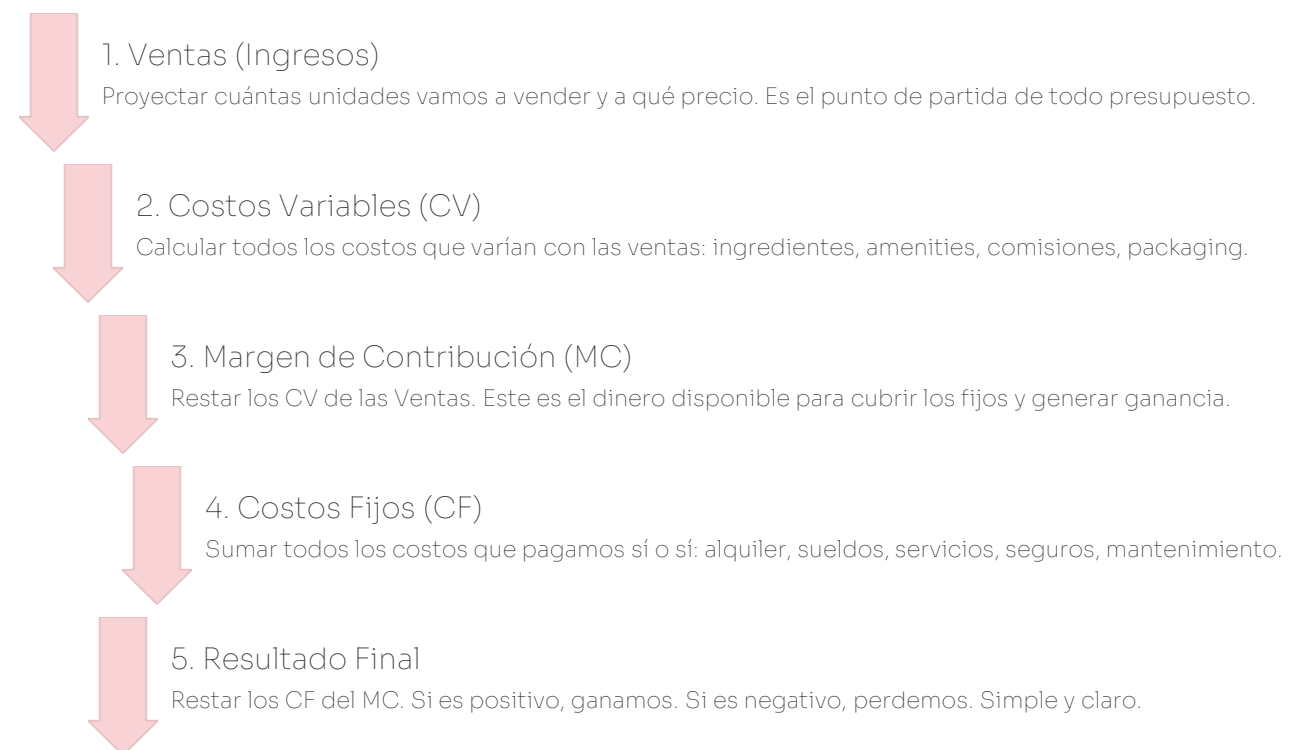
- Costos Fijos mensuales: \$8.000.000
- Contribución Marginal por noche: \$40.000
- PE = 200 noches/mes

Necesitas vender 200 noches al mes para cubrir todos los costos fijos. De la noche 201 en adelante, ya es ganancia.

📌 Frase clave: "Del plato 301 o la noche 201 para arriba, ya es ganancia."

Presupuesto en 5 Pasos

El presupuesto es la herramienta que ordena todas las finanzas del negocio. Nos permite proyectar si vamos a ganar o perder dinero, y tomar decisiones antes de que sea tarde.



Ejemplo Completo de Presupuesto Mensual

Concepto	Cálculo	Monto
Ventas	1.000 unidades × \$6.000	\$6.000.000
Costos Variables	1.000 unidades × \$2.600	(\$2.600.000)
Margen de Contribución	Ventas - CV	\$3.400.000
Costos Fijos	Alquiler + Sueldos + Servicios	(\$2.400.000)
Resultado (Ganancia)	MC - CF	\$1.000.000

\$6M
Ventas Totales

\$1M
Ganancia Neta

Hoja de Ruta para Aplicar

Ahora que dominás los conceptos, es momento de aplicarlos a tu negocio. Seguí estos pasos en orden y vas a tener claridad total sobre tu rentabilidad.

1

Definí tu Precio de Venta

Escribí el PV de tu plato o noche de hotel. Usá uno de los tres métodos: fórmula básica, markup o food cost.

2

Calculá el Costo Variable Unitario

Sumá el CVu: ingredientes o amenities + comisiones si aplica. Sé preciso con los números.

3

Obtené tu Contribución Marginal

Calculá $MCu = PV - CVu$. Este es el dinero que cada venta aporta para cubrir los fijos.

4

Listá tus Costos Fijos

Anotá CF mensual: alquiler, sueldos, servicios, seguros, mantenimiento. Todo lo que pagás sí o sí.

5

Calculá tu Punto de Equilibrio

$PE = CF \div MCu$. Ahora sabés cuántas unidades tenés que vender para no perder.

6

Armá tu Presupuesto Completo

$Ventas (PV \times unidades) - CV (CVu \times unidades) = MC - CF = Resultado$. ¿Ganás o perdés?

Las 5 Frases Clave para Recordar

1. Costo \neq Gasto

2. El precio se calcula, no se copia

3. La CM es el motor

4. El PE es la primera meta

5. El presupuesto ordena todo