

**Propuesta de un sistema de costeo para la  
importación de enlatados, salsas y lácteos,  
para Supermercado La Cosecha**

**Eder Mauricio Berrios Amaya**

**Escuela Agrícola Panamericana, Zamorano  
Honduras**

Noviembre, 2019

ZAMORANO  
CARRERA DE ADMINISTRACION DE AGRONEGOCIOS

# **Propuesta de un sistema de costeo para la importación de enlatados, salsas y lácteos, para Supermercado La Cosecha**

Proyecto especial de graduación presentado como requisito para optar  
Al título de Ingeniero en Administración de Agronegocios en el  
Grado Académico de Licenciatura

Presentado por

**Eder Mauricio Berrios Amaya**

**Zamorano, Honduras**

Noviembre, 2019

# **Propuesta de un sistema de costeo para la importación de enlatados, salsas y lácteos, para Supermercado La Cosecha**

**Eder Mauricio Berrios Amaya**

**Resumen.** Las empresas familiares por lo general presentan un grado de organización bajo debido a que una persona realiza el trabajo de muchas. Para mejorar utilidades es importante tener un sistema de costeo. El objetivo del trabajo fue analizar el sistema de costeo actual de supermercado La Cosecha para plantear mejoras que determinen un costo a la importación de productos enlatados, salsas y lácteos. Luego se definieron las cantidades de productos a costear importados en noviembre del 2018. se definió una base de asignación para las actividades de importación. Luego se propuso incluir los gastos indirectos y reasignar los costos fijos para poder calcular el costo exacto de cada línea de producto costeados y el determinar el margen de ganancia. Por último, se calculó y costo total unitario y el margen de ganancia de cada producto con el sistema de costeo actual y con el sistema de costeo propuesto. Con el sistema de costeo propuesto el costo total unitario de cada producto fue mayor, por lo que, el margen de ganancia fue menor. La categoría con un mayor margen de ganancia fueron los lácteos y a que todos los productos se compraron en línea sin embargo la categoría de salsas tiene los productos con mayores volúmenes de venta. Así la empresa puede tomar decisiones para cada artículo. Se recomendó llevar un registro de todos los gastos incurridos en el supermercado para poder ser incluidos a los costos de todos los productos con el fin de mejorar el sistema de costeo constantemente.

**Palabras clave:** Costeo, empresa familiar, estrategia, margen de ganancia.

**Abstract.** Family business generally lack organization due to the fact that one person is in charge of different tasks. An accurate costing system has a big influence in increasing utilities on any business. The objective of the study being conducted was to analyze the current costing system used by La Cosecha in order to propose improvements that will determine an exact cost of canned goods, sauces and dairy goods being imported from the USA to Honduras. A relationship of open communication was established with the people in charge of generating the information needed. The quantities of articles imported in November 2018 was determined as well as the assignation rate for the activities done to import the merchandise. Then it was proposed that the fixed costs rate was reassigned and the indirect costs included to the costing system. At last, the total unitary cost and the margin profit of both systems was calculated and compared. The total unitary cost was greater with the proposed system and the profit margin lower due to the addition of the indirect cost to each product. The dairy goods has a higher margin profit because most of its products where bought on line, on the contrary the sauces category had the highest volume of products sold. It was recommended that La Cosecha should established a way to record every expenditure being made in order to better the costing system proposed overtime.

**Keywords:** Costing, family business, profit margin, strategy.

## CONTENIDO

Portadilla.....	i
Página de firmas.....	ii
Resumen.....	iii
Contenido.....	iv
Índice de Cuadros y Figuras .....	v
<b>1. INTRODUCCION.....</b>	<b>1</b>
<b>2. METODOLOGÍA .....</b>	<b>3</b>
<b>3. RESULTADOS.....</b>	<b>4</b>
<b>4. CONCLUSIONES.....</b>	<b>17</b>
<b>5. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>18</b>
<b>6. LITERATURA CITADA .....</b>	<b>19</b>

## INDICES DE CURADROS Y FIGURAS

Cuadros	Página
1. Cantidad y costo de producto enlatados importados en noviembre del 2018 por supermercado La Cosecha. ....	7
2. Cantidad y costo de producto lácteos importados en noviembre del 2018 por supermercado La Cosecha. ....	7
3. Cantidad y costo de salsas importadas en noviembre del 2018 por supermercado La Cosecha. ....	8
4. Actividades desarrolladas por Supermercado La Cosecha para la importación de contenedores de EEUU a Honduras. ....	10
5. Cantidad total en lempiras de los costos variables y fijos de acuerdo al método de compra realizado por supermercado La Cosecha en noviembre del 2018. ....	11
6. Cantidad en lempiras de los gastos incurridos por supermercado La Cosecha. ....	11
7. Valor de los bienes adquiridos por Supermercado La Cosecha y su depreciación mensual y anual. ....	12
8. Costo indirecto total correspondiente a las categorías costeadas. ....	12
9. Comparación del costo total y margen de ganancia del sistema de costeo actual y el sistema propuesto para los productos enlatados importados por Supermercado La Cosecha en noviembre del 2018. ....	13
10. Comparación del costo total y margen de ganancia del sistema de costeo actual y el sistema propuesto para las salsas importadas por Supermercado La Cosecha en noviembre del 2018. ....	14
11. Comparación del costo total y margen de ganancia del sistema de costeo actual y el sistema propuesto para los productos lácteos importados por Supermercado La Cosecha en noviembre del 2018. ....	15

Figuras	Página
1. Proceso de adquisición de productos comprados en línea. ....	5
2. Proceso de adquisición de productos comprados en EEUU. ....	5
3. Proceso de importación del producto comprado por Supermercado La Cosecha. ....	6

## 1. INTRODUCCION

De acuerdo con datos tomados del Banco Central de Honduras (BCH) (2017), Honduras cuenta con una población de 9.1 millones de habitantes de los cuales el 46% es económicamente activa. La ganadería, agricultura, silvicultura y pesca representan la actividad económica más importante del país, siendo del sector primario. En el sector secundario, las principales actividades son la maquinación de textiles y la construcción. Dentro del sector de servicios, las actividades con mayor participación en la economía son el comercio, hotelería y los servicios de reparación. Un 17% de la población se dedica al comercio al por mayor y al detalle (BCH, 2017).

Tradicionalmente, la balanza comercial del país es de carácter deficitario ya que existe una gran dependencia del petróleo, materias primas y productos agrícolas. La Oficina Económica y Comercial de España en Tegucigalpa (2018) menciona que: “El grado de apertura media por intercambio comercial de la economía hondureña se sitúa en 2017 en el 87%”. Las importaciones para el 2018 representaron un 49.5% del PIB. Siendo Estados Unidos uno de sus principales proveedores, quien representa un 42.2% del total de importaciones. Honduras cuenta con un sistema de precios libre para la mayoría de productos, el gobierno de Honduras garantiza y fomenta la libertad de consumo y competencia.

El consumidor hondureño presenta una creciente demanda de productos de fácil consumo y con altos valores nutricionales, los cuales en su mayoría son importados por la baja calidad y variedad de la producción del país. La conservación de alimentos permite que productos perecederos tengan una vida anaquel más prolongada, por lo tanto, se ha facilitado la comercialización global de los mismos y el acceso a lo largo del año (Díaz, 2005). Los alimentos procesados, de origen animal y vegetal, se almacenan en empaques, diseñados para desacelerar su descomposición, como ser latas, envases plásticos y cajas tetra pack.

El uso de latas es una de las mejores tecnologías en empaque ya que es un material duradero, de fácil almacenamiento y transporte, y mantiene el sabor y cualidades nutricionales de los alimentos por mucho tiempo (Centro de Información de la conserva Enlatada, 2018).

Las salsas son otro método de conservación de alimentos y una forma de agregar valor a estos. Las salsas son utilizadas como acompañantes de comidas con el fin de aportar sabor (Gonzales *et al* 2017). Por el sin número de usos, las salsas tienen un alto volumen de venta tanto individual para hogares como en grandes cantidades para restaurantes.

Otro producto con alta demanda y descomposición acelerada es la leche de vaca, además de ser una fuente importante de nutrientes para la nutrición humana. Existen personas incapaces de ingerir leche por lo que existen sustitutos a como ser leche de soya y de

almendra. Según Álvarez (2013) “Las leches de soya y de almendra son una alternativa nutritiva para la lactosa. En Estados Unidos la leche de soya representa un 12% del total de leches consumidas.”

El 90% de las micro, pequeñas y medianas empresas en Honduras son de carácter familiar. Súper Mercado La Cosecha es una empresa familiar ubicada en la ciudad de Choluteca, Choluteca. Inicio en el año 1990 como un pequeño mercadito con ventas mensuales de HNL 30,000, hoy genera ingresos promedio HNL 3,000,000.00 por mes. En sus principios comenzó con la comercialización de “comodities” y con el transcurso de los años incremento su participación en el mercado local con la venta de productos diferenciados comprados a distribuidoras en Honduras.

Al momento de que la gerente propietaria se percató de la entrada de competidores directos al mercado, como ser empresas transnacionales, esta se vio obligada a buscar una estrategia para mantener su posicionamiento. En ese momento, se identificó que existe una creciente demanda en el mercado local de productos de calidad superior. Tomo la oportunidad y comenzó a importar pequeñas cantidades. La creciente demanda la llevo a importar el primer contenedor de abarrotes norte americanos que incluían enlatados, salsas y lácteos. Finalmente, el supermercado logró posicionarse al diferenciarse de su competencia por la amplia variedad de productos importados de calidad. Hoy en día, importa de cuatro a seis contenedores por año. La empresa está ubicada en el centro de la ciudad, disponiendo de un local amplio y moderno, con bodega, un extenso estacionamiento y cuenta con 17 empleados permanentes.

Según Horngren (2012) “Un costo (como los materiales directos o la publicidad) por lo general se mide como la cantidad monetaria que debe pagarse para adquirir bienes o servicios. Los costos pueden ser costos reales, definidos como un sacrificio monetario que ya ocurrió, o costos presupuestados que indica un costo que se espera va a suceder en un futuro. A estos se les identifica como un objeto de costo (Horngren, 2012). Los costos pueden clasificarse por su grado de variabilidad, según su asignación y según la función que estos cumplen. El conocimiento de los costos en cualquier actividad económica es crucial para optimizar utilidades. Es de suma importancia llevar un control cuantitativo de todos los costos. De acuerdo con Horngren (2012) “La acumulación de costos es la recopilación de datos sobre costos en alguna forma organizada, mediante un sistema contable.”

Actualmente la empresa costea los productos importados, asignando la misma tasa de costo fijo a todos los artículos. Esto castiga productos con menor costo y brinda una utilidad errónea. El sistema de costeo propuesto ayudará al negocio a determinar un costo exacto para los productos lácteos, enlatados y salsas para trabajar con números reales y tomar decisiones con menos riesgo. El estudio tuvo la finalidad de estudiar y mejorar el sistema de costeo actual a través de los siguientes objetivos:

- Analizar el sistema actual de costeo de la empresa.
- Elaborar un sistema de costeo para determinar el costo total unitario para los enlatados, salsas y lácteos importados por Supermercado La Cosecha.
- Proponer mejoras al sistema actual de costeo que se adapten al negocio y permitan costear diferentes líneas de productos.

## 2. METODOLOGÍA

Para llevar a cabo un costeo es necesario definir bien las actividades que conllevan a la venta de un producto. Aquí es donde las empresas pequeñas tienen problemas porque la organización es pobre. En caso de no tener información existente es necesario asignar a una persona que realice esta actividad.

La elaboración del método para determinar los costos unitarios, se basó en un artículo llamado Guía para la Aplicación del Método de Costeo escrito por el “Ministerio de Finanzas Públicas de Guatemala”, el cual fue publicado en diciembre del 2014. El método del costeo se adaptó a la situación actual del Supermercado La Cosecha.

- Primero, se seleccionaron las personas claves encargadas de facilitar la información. Para dicha acción, fue necesario establecer una relación de comunicación abierta. De igual forma, fue necesario realizar entrevistas y visitas personales a la empresa para conocer de mejor forma su entorno.
- Luego, se recolectaron los datos necesarios para realizar el costeo. Se realizaron visitas a la empresa, al igual que trabajo en campo con la persona encargada de las compras de definir y cuantificar con exactitud, toda actividad y gastos incurridos. La información recolectada se clasificó de acuerdo a su importancia.
- El siguiente paso fue definir la base de asignación para cada una de las actividades necesarias para el objeto de costos.
- Después se asignaron los costos incurridos para realizar cada una de las actividades.
- Se calculó el costo total por cada producto y el costo unitario. Las variables utilizadas fueron los volúmenes de cada línea de producto importado, costos y utilidades.



### 3. RESULTADOS

El supermercado se dedica a la compra y venta, al por mayor y al detalle, de todo tipo de alimentos, bebidas, productos de cuidado personal, electrodomésticos, utensilios de cocina, alimento y accesorios para mascotas, desechables y productos de aseo. Emplea 17 personas que cumplen una función específica las cuales son: cajero, atención al cliente, seguridad, recepción de producto y organización de bodega, y encargados de área. Las áreas en las que se divide son bebidas, electrodomésticos y cocina, alimentos no refrigerados, cuidado personal, desechables, dulces y aseo. A cada área se le asigna un encargado y este es responsable de abastecer, mantener el orden, inventariar y observar el movimiento de los productos.

Sus competidores directos son cinco supermercados ubicados en la ciudad de Choluluteca. La empresa se logra diferenciar gracias a su ubicación céntrica, buena atención y oferta de una amplia variedad de productos de alta calidad que son únicos en el departamento. Sus clientes son de capacidad adquisitiva baja, media y alta. Su principal nicho de mercado son clientes que buscan productos de alta calidad.

Se abastece de proveedores nacionales e internacionales. La gerente propietaria se encarga de realizar las compras y asignar el precio de venta. La cantidad a comprar la determina la gerente con el encargado de cada área. Los tipos de compra son recompra modificada y compra de nuevos productos por tendencias o petición del consumidor. Los proveedores nacionales son empresas distribuidoras quienes mandan un vendedor encargado de negociar precios, tomar pedidos y cobrar facturas al crédito. Los vendedores de cada empresa visitan la empresa semanal o mensualmente dependiendo del producto. También envían una impulsadora encargada de llenar las góndolas de sus productos. Los proveedores nacionales ofrecen crédito de 30 días y entregan el producto sin ningún cargo adicional. La cantidad de proveedores internacionales es de cinco a 15, dependiendo de la temporada, y se ubican el sur de Florida, Estados Unidos. Estos venden su producto al contado y no ofrecen ningún tipo de envío, por lo tanto, el supermercado contrata un corredor de transporte que se encarga de recolectar el producto, cargarlo en un contenedor y enviarlo en un buque de carga. Para disminuir costos, el supermercado adquiere productos de estos al mismo tiempo y los importa en un solo contenedor. B´JS Wholesale, Sam´s Club y Costco son los únicos que ofrecen el servicio de compra en línea. Para comprarle al resto de los proveedores un empleado debe viajar a Estados Unidos.

A lo largo del año hay diferentes temporadas en las que el flujo de clientes es mayor y la demanda de determinados productos incrementa como ser navidad, día de las madres y el día del amor y la amistad. El supermercado realiza la importación de productos previo a estas temporadas y cuando la cantidad de productos en inventario es baja.

Para iniciar el proceso de compra se realizó un inventario de los productos disponibles. Los empleados generaron una lista de los productos faltantes en su área y otra de productos que los clientes solicitaron. La segunda lista le permitió a la gerencia tomar la decisión de comprar nuevos productos. Se determinó el proveedor de cada producto y las cantidades a comprar para realizar el proceso de compra e importación.

Los proveedores que ofrecen el servicio de compra en línea, enviaron un listado con todos sus productos. Luego el gerente remitió la lista con la cantidad a comprar de cada producto. El proveedor devolvió una proforma para verificar el pedido. Una vez verificadas las cantidades el proveedor envió la factura. El pago se efectuó a través de un giro bancario. El banco cobro un porcentaje por la cantidad de dólares enviados. Al confirmar el pago, los proveedores ordenaron el producto en pallets y lo aseguraron con plástico. El corredor de transporte recolecto los pallets y los llevo a su bodega para luego cargarlos al contenedor.

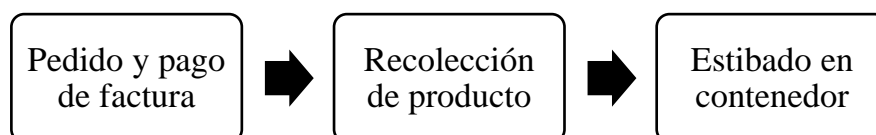


Figura 1. Proceso de adquisición de productos comprados en línea.

Para realizar la compra de productos al resto de los proveedores, el supermercado envió un empleado a EEUU con gastos de hospedaje y alimentación incluidos. Se rentó un carro para movilización y acarreamiento del producto. Se visitó cada proveedor para realizar las compras. Una vez comprado el producto se compraron pallets y plástico y se contrató una persona para empaquetar el producto. El corredor de transporte contratado recolecto el producto de los proveedores y los llevo a su bodega para cargarlo al contenedor.

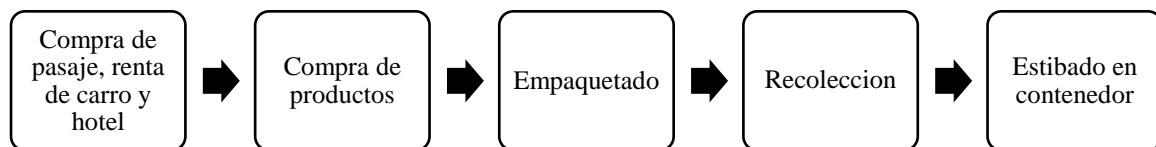


Figura 1. Proceso de adquisición de productos comprados en EEUU.

Al terminar las compras el empleado viaja de regreso a Honduras con todas las facturas del producto comprado. Al corredor se le pago por la recolección para que procediera a cargar y enviar la mercadería. La naviera le entrego un “Bill of Landing” o también llamado conocimiento de carga. El conocimiento de carga es un contrato de transporte marítimo con la descripción y costo de la mercadería, fecha de entrega y destino de entrega (Padilla, 2009).

En el conocimiento de carga se especifica que el contenedor realizará el proceso de aduana en Tocoín. Para que la aduana libere la mercadería se tramita un permiso fitosanitario, para todos los productos de origen animal en SENASA. Los productos son registrados en el

ARSA y se paga el impuesto de toda la mercadería a la SAR. El impuesto sobre la venta es el 15% del valor de importación de los productos (Secretaria de Finanzas, 2019) Se contrata un abogado aduanero quien se encarga de llevar a cabo los trámites legales en la aduana. Al abogado se le entregan las facturas, el permiso sanitario, el registro de los productos y el comprobante de pago de impuestos. Al ser liberado, el contenedor viaja hasta Choluteca donde se descarga por la noche con los 17 empleados y ocho más que se contratan. A cada empleado se le proporciono comida y se le paga por la descargada del producto.

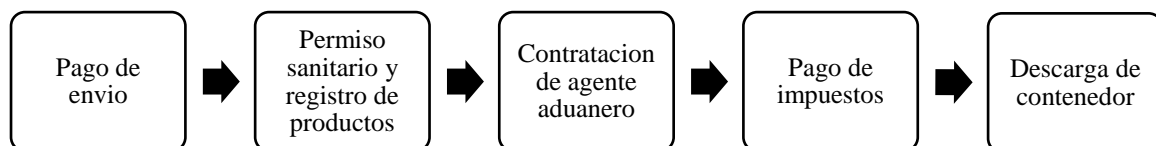


Figura 2. Proceso de importación del producto comprado por Supermercado La Cosecha.

Supermercado La Cosecha archiva en físico las facturas de producto comprado y de todos los gastos incurridos para cada contenedor importado. Para llevar a cabo el análisis del sistema de costeo actual, la empresa proporcionó los documentos de la última importación, realizada por el supermercado en noviembre del 2018, con los gastos cubiertos. El análisis y tabulación de datos se realizó con el programa “Microsoft Excel”.

El primer paso fue separar los recibos del costo de cada actividad realizada para importar la mercadería y las facturas de los productos, para tabularlos en el programa. De las facturas se tomaron únicamente los productos pertenecientes a las categorías de lácteos, salsas y enlatados. Los productos se tabularon por categoría. Las variables utilizadas, de cada producto, para llevar a cabo el análisis fueron: categoría, proveedor, cantidad y costo (Cuadros 1, 2 y 3).

El total de la mercadería fue transportada, de Estados Unidos a Honduras, en un contenedor de 45 pies y otro de 20 pies. Dentro de los contenedores vinieron 7,392 artículos, adquiridos de 15 proveedores diferentes. El 52% de los artículos se compraron en línea. Los únicos proveedores que ofrecieron la opción de compra en línea fueron “Sam’s Club” y “BJ’S Wholesale”. El 48% restante fue comprado por un empleado que viajó a EEUU. Los productos bajo las categorías de enlatados, salas y lácteos, representaron el 7.2% de total de artículos. De estas tres categorías, el 85% se compró en línea y el otro 15% fue comprado en el sitio.

Cuadro 1. Cantidad y costo de producto enlatados importados en noviembre del 2018 por supermercado La Cosecha.

Descripción	Categoría	Proveedor	Cantidad	Total HNL
DELMONTE FRUIT COCKT. 106ONZ	ENLATADO	BJ'S	12	1,924.61
DOLE CHNK PINEAPLLE 6/20 ONZ	ENLATADO	BJ'S	4	780.87
HORMEL CORN BEEF 15 ONZ	ENLATADO	BJ'S	12	589.41
HORMEL CHILLI15 ONZ	ENLATADO	BJ'S	6	224.04
B. BEE salad tuna 12/3.5onz	ENLATADO	REX	12	424.02
B. BEE salad chicken 4/8.1 onz	ENLATADO	REX	4	237.57
D/MONTE spinach 12/13.5 onz	ENLATADO	REX	12	430.03
D/MONTE spinach 6/27 ONZ	ENLATADO	REX	6	237.57
MM KETCHUP JUG	ENLATADO	SAM'S	12	1,118.68
MM CHEDDAR CHEESE	ENLATADO	SAM'S	12	2,035.87
GIORGIO MUSHROOMS	ENLATADO	SAM'S	4	736.76
GREEN PEAS	ENLATADO	JETRO	12	8,480.30
<b>Total.</b>				<b>17,219.73</b>

Cuadro 2. Cantidad y costo de producto lácteos importados en noviembre del 2018 por supermercado La Cosecha.

Descripción	Categoría	Proveedor	Cantidad	Total HNL
PEDIASURE CHOCOLATE 24/8 ONZ	LACTEOS	BJ'S	8	7,291.46
PEDIASURE STRAWBERRY 24/8 ONZ	LACTEOS	BJ'S	10	9,114.32
PEDIASURE VANILLA 24/8 ONZ	LACTEOS	BJ'S	10	9,114.32
SILK ALMOND VANILLA 6/32 ONZ	LACTEOS	BJ'S	30	1,308.13
ENSURE CHOCOLATE 8 ONZ	LACTEOS	BJ'S	240	7,157.14
ENSURE VANILLA 8 ONZ	LACTEOS	BJ'S	288	8,588.56
ENSURE STRAWBERRY 8 ONZ	LACTEOS	BJ'S	240	7,157.14
ENSURE PLUS CHOC 8 ONZ	LACTEOS	BJ'S	240	8,901.31
ENSURE PLUS VANILLA 8 ONZ	LACTEOS	BJ'S	168	6,230.92
ALMOND MILK	LACTEOS	JETRO	6	3,757.50
<b>Total.</b>				<b>68,620.80</b>

Cuadro 3. Cantidad y costo de salsas importadas en noviembre del 2018 por supermercado La Cosecha.

Descripción	Categoría	Proveedor	Cantidad	Total(HNL)
PREGO MEAT SAUCE 2/67 ONZ	SALSA	BJ'S	20	1,980
WB THOUSAND ISLAND 2/24ONZ	SALSA	BJ'S	12	749
VIDALIA ONION DRESS. 2/26ONZ	SALSA	BJ'S	80	5,493
WISHBONE ITALIAN 2/36 ONZ	SALSA	BJ'S	40	3,659
FRANKS RED HOT SAUCE 2/25 ONZ	SALSA	BJ'S	20	1,614
HEINZ KETCHUP 3/44 ONZ	SALSA	BJ'S	30	1,797
SIRACHA SAUCE 28 ONZ	SALSA	BJ'S	12	851
IRON CHEF GEN TSO'S 40 ONZ	SALSA	BJ'S	6	910
SWT BBY RAY BUFF WING 32ONZ	SALSA	BJ'S	10	972
SWT BBY RAY HONEY BBQ 40 ONZ	SALSA	BJ'S	30	2,218
SWT BBY RAY BBQ 40 ONZ	SALSA	BJ'S	24	1,774
WF CARRIBEAN MANGO 30 ONZ	SALSA	BJ'S	6	836
WF PINEAPPLE HABNRO 30 ONZ	SALSA	BJ'S	6	836
BERTOLLI ALFREDO 15 ONZ	SALSA	BJ'S	45	2,098
BERTOLLI VAR PASTA 24 ONZ	SALSA	BJ'S	30	1,398
PREGO TRAD 67 ONZ	SALSA	BJ'S	20	1,960
RAGU GARD STYLE 45 ONZ	SALSA	BJ'S	15	906
RAGU SPG SAUCE 45 ONZ	SALSA	BJ'S	30	1,812
Hunt tomato paste 6/103 onz	SALSA	REX	6	932
M. PEPE Tomato paste 6/3kg	SALSA	REX	6	600
Kraft BBQ HICK SMOKE 12/17.5	SALSA	REX	72	3,022
KRAFT BBQ THICK&SPICY 12/18	SALSA	REX	36	1,588
REX BBQ HICKORY 12/19	SALSA	REX	36	893
REX BBQ HONEY 12/19	SALSA	REX	36	893
REX BBQ ORIGINAL 12/19	SALSA	REX	36	893
RAGU MARINARA 12/26	SALSA	REX	12	734
REX DRESS 1000 ISLAND 12/18	SALSA	REX	12	298
REX DRESS RANCH 12/18	SALSA	REX	12	298
WISH-BONE DRESS.1000 ISLAND 12/8	SALSA	REX	24	896
WISH-BONE DRESS. BLUE CHEESE 12/8	SALSA	REX	24	896
16WISH-BONE DRESS. ITALIAN 12/8	SALSA	REX	36	2,454
WISH-BONE DRESS. RANCH 12/8	SALSA	REX	36	1,344
MM RANCH DRESSING 1GAL	SALSA	SAM'S	23	4,173
MM KETCHUP JUG	SALSA	SAM'S	12	1,197
ORG APPLE CIDER VINEGAR	SALSA	SAM'S	30	3,579
VIDALIA ONION	SALSA	SAM'S	10	1,516
L&P WORSHIRE	SALSA	SAM'S	40	6,686
R&W BBQ S	SALSA	JETRO	4	1,123
KR BBQ	SALSA	JETRO	4	1,884
TP ISABELLA	SALSA	JETRO	15	9,195
<b>Total.</b>				<b>76,954</b>

El pago a proveedores y los gastos que se incurren en EEUU se efectúan en dólares. El supermercado define sus precios de venta en lempiras por lo que debe realizar el cambio. El precio promedio del dólar en el 2018 fue de HNL 24.07 y la inflación interanual del mismo año fue de 4.15% (BCH, 2019). La venta del producto es incierta por lo que el supermercado le suma la inflación interanual al dólar a la hora de realizar el cambio de dólares a lempiras. El precio del dólar que utiliza el supermercado es de HNL 25.06.

El Supermercado definió las actividades realizadas para importar el producto como costos fijos y el precio de compra de la mercadería como costos variables. La suma de estos fue el costo total. Para determinar el costo total de cada producto, La Cosecha dividió el costo fijo total entre el costo variable total y obtuvo una tasa de 24%. La tasa distribuye el costo fijo total, de manera uniforme, entre todos los productos. Al costo variable unitario, le sumó la tasa para obtener el costo total unitario. El precio de venta se determinó agregándole un 35%, como margen de ganancia, al costo total unitario. El supermercado no tomó en cuenta los gastos no relacionados a la importación para determinar el costo total.

Para determinar un costo total unitario eficiente, se propuso redistribuir los costos fijos, separándolos en actividades, e incluir los costos no relacionados al producto. El nuevo costo total unitario resultó de la suma del costo directo unitario y el costo indirecto unitario. El costo directo unitario se obtuvo sumando el costo fijo unitario y el costo variable unitario. El costo variable unitario fue el precio al cual se adquirió el producto del proveedor (cuadros 1, 2 y 3). Los artículos fueron de diferentes tamaños por lo que no se pudo asignar la misma cantidad de costos fijos a todos. La tasa utilizada en el sistema actual distribuye el costo fijo de manera equitativa, sin embargo, no todos los productos requieren de todas las actividades para ser importados. Los costos fijos se dividieron en cinco actividades (cuadro 4). Para importar los productos comprados en línea se realizaron únicamente las actividades de recolección, nacionalización y descarga. El costo de enviar el empleado, a EEUU, a realizar las actividades de compra y empaquetado, no se les cargaron a los productos de compra en línea.

Cuadro 4. Actividades desarrolladas por Supermercado Santa Gema para la importación de contenedores de EEUU a Honduras.

Actividad	Costo HNL
<b>1.Compras en EEUU</b>	<b>54,829.00</b>
Renta de carro	16,130.00
Gasolina	3,004.00
Pasaje	17,000.00
Hotel	11,820.00
Alimentación	6,875.00
<b>2.Empaquetado</b>	<b>12,091.00</b>
Pallets	3,320.00
ayudante para armar pallets	7,518.00
Sim Card	1,253.00
<b>3.Recoleccion y envío</b>	<b>232,106.00</b>
Ocean freight 1x45 MIA-JUT	110,064.00
Container loading	18,795.00
Pick up	14,034.00
Ocean freight 1x20 MIA-JUT	89,214.00
<b>4.Nacionalizacion de contenedor</b>	<b>249,368.00</b>
Agente aduanero	244,968.00
Registro en ARSA	200.00
licencia fitosanitaria	700.00
otros	3,500.00
<b>5.Descarga</b>	<b>5,105.00</b>
Descargadores	3,450.00
Comida	1,655.00
<b>Total.</b>	<b>553,499.00</b>

El 52% de los artículos se compraron en línea, por lo que su costo fijo total fue el 52% del costo de las actividades 3, 4 y 5. El costo fijo de los productos comprados en el sitio se obtuvo de la suma de las actividades 1 y 2, más el 48% de las actividades 3, 4 y 5. Para calcular la tasa de costo fijo, por tipo de compra, se dividieron el costo fijo total entre el costo variable total. La tasa para los productos adquiridos en línea fue de 21.22% y de 27.32% para aquellos comprados en el sitio (Cuadro 5).

Cuadro 5. Cantidad total en HNL de los costos variables y fijos de acuerdo al método de compra realizado por Supermercado La Cosecha en noviembre del 2018.

<b>Método de Compra</b>	<b>Costo variable</b>	<b>% de producto total</b>	<b>Costo fijo</b>	<b>Tasa</b>
<b>En línea</b>	1,192,555.2	52%	253,020.9	21.22%
<b>En EEUU</b>	1,099,935.5	48%	300,478.09	27.32%
<b>Total.</b>	<b>2,292,490.8</b>		<b>553,499.03</b>	<b>24%</b>

La segunda propuesta, para mejorar el sistema de costeo actual, fue incluir el costo indirecto. Los costos indirectos fueron los gastos operativos y las depreciaciones de las inversiones de supermercado La Cosecha, que no se necesitaron para importar los productos (Cuadro 6 y 7). La Cosecha recibió HNL 3,000,000 mensuales por ventas y pago un total de HNL 333,473 de gastos indirectos al mes. Para determinar la cantidad de costos indirectos que corresponden a las categorías, bajo objeto de costo, se obtuvieron los ingresos por venta para las de las 3 categorías. Los gastos indirectos totales fueron un 11.12% de las ventas totales, por lo que el costo indirecto correspondiente a cada categoría es el 11.12% del total de ventas (cuadro 8).

Cuadro 6. Cantidad en HNL de los gastos incurridos por supermercado La Cosecha.

<b>Descripción</b>	<b>Anual</b>	<b>Mensual</b>
<b>Operativo</b>		
Permiso de operaciones	32,000	2,666
Permiso sanitario	17,000	1,416
IHADFA	14,000	1,166
Pago a cuenta	24,000	2,000
Bienes inmuebles	11,000	916
Servicios públicos	1,500	125
ISR (aproximado)	24,000	2,000
ISV (aproximado)	180,000	15,000
Agua	6,000	500
Luz	828,000	69,000
Planilla	1,440,000	120,000
Mantenimiento	480,000	40,000
INFOP	36,000	3,000
IHSS	84,000	7,000
<b>Total.</b>	<b>3,177,500</b>	<b>254,791</b>



Cuadro 7. Valor en HNL de los bienes adquiridos por Supermercado La Cosecha y su depreciación. mensual y anual.

Bienes	Valor	Depreciación	
		Anual	Mensual
<b>Inmuebles*</b>			
Edificio	7,000,000	350,000	29,167
Parqueo	3,000,000	150,000	12,500
<b>Muebles**</b>			
Refrigeración	1,220,000	122,000	10,167
Registradoras	74,000	7,400	617
Góndolas	1,000,000	100,000	8,333
Planta	488,000	48,800	4,067
<b>Vehículo***</b>			
Pick up	830,000	166,000	13,833
<b>Total.</b>		<b>944,200</b>	<b>78,683</b>

\* Depreciación en base a 20 años.

\*\* Depreciación en base a 10 años.

\*\*\* Depreciación en base a 5 años.

Cuadro 8. Costo indirecto total correspondiente a las categorías costeadas.

Categoría	Ventas	Costo indirecto
Enlatados	28,826	3,205
Salsas	128,821	14,325
Lácteos	114,871	12,774
<b>Total.</b>	<b>272,518</b>	<b>30,304</b>

El costo indirecto unitario se asignó por categoría utilizando tasas diferentes para cada producto. La tasa de cada producto se obtuvo dividiendo el costo variable unitario entre el costo variable total de cada categoría. El costo directo unitario se obtuvo multiplicando la tasa de cada producto por el costo indirecto de la categoría a la que pertenece (Cuadros 9, 10 y 11).

Se calculó el costo total con el sistema de costeo actual y el costo total con el sistema de costeo propuesto con el fin de compararlos, utilizando como base el mismo precio de venta para ambos, y encontrar diferencias entre ellos y en el margen de ganancia (Cuadros 9, 10 y 11).

Cuadro 9. Comparación del costo total y margen de ganancia del sistema de costeo actual y el sistema propuesto para los productos enlatados importados por Supermercado La Cosecha en noviembre del 2018.

Categoría	Proveedor	CV	Nuevo sistema de costeo						Sistema de costeo actual		PV
			CI	CD	CT	IG	CT	MG			
			ENLATADO	BJ'S	1,925	368	2,333	2,701	19%	2,387	
ENLATADO	BJ'S	781	149	947	1096	19%	968	35%	1,307		
ENLATADO	BJ'S	589	113	714	827	19%	731	35%	987		
ENLATADO	BJ'S	224	43	272	314	19%	278	35%	375		
ENLATADO	REX	424	81	540	621	14%	526	35%	710		
ENLATADO	REX	238	45	302	348	14%	295	35%	398		
ENLATADO	REX	430	82	548	630	14%	533	35%	720		
ENLATADO	REX	238	45	302	348	14%	295	35%	398		
ENLATADO	SAM'S	1,119	214	1,356	1,570	19%	1,387	35%	1,873		
ENLATADO	SAM'S	2,036	389	2,468	2857	19%	2,524	35%	3,408		
ENLATADO	SAM'S	737	141	893	1034	19%	914	35%	1,233		
ENLATADO	JETRO	8,480	1,621	10,797	12,418	14%	10,516	35%	14,196		
		<b>17,220</b>	<b>3,291</b>							<b>28,826</b>	

CD: Costo Directo

CI: Costo Indirecto

CT: Costo Total

CV: Costo Variable

MG: Margen de Ganancia

PV: Precio de Venta

Cuadro 10. Comparación del costo total y margen de ganancia del sistema de costeo actual y el sistema propuesto para las salsas importadas por Supermercado La Cosecha en noviembre del 2018.

Categoría	Proveedor	CV	Nuevo sistema de costeo				Sistema de costeo actual		PV
			CI	CD	CT	MG	CT	MG	
SALSA	BJ'S	1,980	369	2,400	2,768	20%	2,455	35%	3,314
SALSA	BJ'S	749	139	908	1,047	20%	929	35%	1,253
SALSA	BJ'S	5,493	1023	6,659	7,681	20%	6,812	35%	9,196
SALSA	BJ'S	3,659	681	4,435	5,116	20%	4,537	35%	6,125
SALSA	BJ'S	1,614	300	1,956	2,257	20%	2,001	35%	2,702
SALSA	BJ'S	1,797	334	2,178	2,513	20%	2,228	35%	3,008
SALSA	BJ'S	851	158	1,032	1,190	20%	1,055	35%	1,425
SALSA	BJ'S	910	169	1,103	1,272	20%	1,128	35%	1,523
SALSA	BJ'S	972	181	1,179	1,360	20%	1,206	35%	1,628
SALSA	BJ'S	2,218	413	2,688	3,101	20%	2,750	35%	3,713
SALSA	BJ'S	1,774	330	2,151	2,481	20%	2,200	35%	2,970
SALSA	BJ'S	836	156	1,013	1,169	20%	1,037	35%	1,399
SALSA	BJ'S	836	156	1,013	1,169	20%	1,037	35%	1,399
SALSA	BJ'S	2,098	390	2,543	2,933	20%	2,601	35%	3,511
SALSA	BJ'S	1,398	260	1,695	1,955	20%	1,734	35%	2,341
SALSA	BJ'S	1,960	365	2,376	2,740	20%	2,430	35%	3,281
SALSA	BJ'S	906	169	1,098	1,267	20%	1,123	35%	1,517
SALSA	BJ'S	1,812	337	2,196	2,534	20%	2,247	35%	3,033
SALSA	REX	932	174	1,187	1,360	15%	1,156	35%	1,561
SALSA	REX	600	112	764	876	15%	744	35%	1,004
SALSA	REX	3,022	563	3,848	4,410	15%	3,748	35%	5,059
SALSA	REX	1,588	296	2,022	2,317	15%	1,969	35%	2,658
SALSA	REX	893	166	1,137	1,303	15%	1,107	35%	1,495
SALSA	REX	893	166	1,137	1,303	15%	1,107	35%	1,495
SALSA	REX	893	166	1,137	1,303	15%	1,107	35%	1,495
SALSA	REX	734	137	934	1,071	15%	910	35%	1,228
SALSA	REX	298	55	379	434	15%	369	35%	498
SALSA	REX	298	55	379	434	15%	369	35%	498
SALSA	REX	896	167	1,141	1,308	15%	1,111	35%	1,500
SALSA	REX	896	167	1,141	1,308	15%	1,111	35%	1,500
SALSA	REX	2,454	457	3,124	3,581	15%	3,043	35%	4,108
SALSA	REX	1,344	250	1,711	1,962	15%	1,667	35%	2,250
SALSA	SAM'S	4,173	777	5,058	5,835	20%	5,175	35%	6,986
SALSA	SAM'S	1,197	223	1,451	1,674	20%	1,484	35%	2,004
SALSA	SAM'S	3,579	666	4,338	5,004	20%	4,437	35%	5,991
SALSA	SAM'S	1,516	282	1,838	2,120	20%	1,880	35%	2,538

Continuación cuadro 10

Categoría	Proveedor	CV	Nuevo sistema de costeo				Sistema de costeo actual		PV	
			CI	CD	CT	MG	CT	MG		
SALSA	SAM'S	6,686	1245	8,105	9,349	20%	8,291	35%	11,192	
SALSA	JETRO	1,123	209	1,429	1,638	15%	1,392	35%	1,879	
SALSA	JETRO	1,884	351	2,398	2,749	15%	2,336	35%	3,153	
SALSA	JETRO	9,195	1712	11,706	13,418	15%	11,401	35%	15,392	
		<b>76,954</b>	<b>14,325</b>							<b>128,821</b>

CD: Costo Directo

CI: Costo Indirecto

CT: Costo Total

CV: Costo Variable

MG: Margen de Ganancia

PV: Precio de Venta

**Cuadro 11.** Comparación del costo total y margen de ganancia del sistema de costeo actual y el sistema propuesto para los productos lácteos importados por Supermercado La Cosecha en noviembre del 2018.

Categoría	Proveedor	CV	Nuevo sistema de costeo			Sistema de costeo actual		PV	
			CD	CT	MG	CT	MG		
LACTEOS	BJ'S	7,291	8,839	10,196	20%	9,041	35%	12,206	
LACTEOS	BJ'S	9,114	11,048	12,745	20%	11,302	35%	15,257	
LACTEOS	BJ'S	9,114	11,048	12,745	20%	11,302	35%	15,257	
LACTEOS	BJ'S	1,308	1,586	1,829	20%	1,622	35%	2,190	
LACTEOS	BJ'S	7,157	8,676	10,008	20%	8,875	35%	11,981	
LACTEOS	BJ'S	8,589	10,411	12,010	20%	10,650	35%	14,377	
LACTEOS	BJ'S	7,157	8,676	10,008	20%	8,875	35%	11,981	
LACTEOS	BJ'S	8,901	10,790	12,447	20%	11,038	35%	14,901	
LACTEOS	BJ'S	6,231	7,553	8,713	20%	7,726	35%	10,431	
LACTEOS	JETRO	3,757	4,784	5,483	15%	4,659	35%	6,290	
		<b>68,621</b>							<b>114,871</b>

CD: Costo Directo

CI: Costo Indirecto

CT: Costo Total

CV: Costo Variable

MG: Margen de Ganancia

PV: Precio de Venta

El sistema propuesto en esta investigación genera un costo total unitario superior al que se calcula con el sistema actual. La variación se debe principalmente a la redistribución de los costos fijos de acuerdo al método de compra. El sistema actual del supermercado asigna la misma tasa de costo fijo a todos los productos importados. El nuevo sistema separa los costos fijos por actividades. Los productos comprados en línea requieren de una menor cantidad de actividades por lo que el costo total unitario no debería de ser castigado. La reasignación de la tasa de costo fijo permite tener un costo directo total unitario preciso. La segunda razón por la que el costo total varía es porque el nuevo sistema propuesta incluye los gastos indirectos. El precio de venta se obtiene agregándole un 35% al costo total. El 35% es el margen de ganancia establecido por supermercado. Con el nuevo sistema propuesto los márgenes de ganancia disminuyen. Para los productos comprados en línea el margen de ganancia es de 20% para las categorías de lácteos y salsas, y de 19% para los enlatados.

El margen de ganancia de los productos adquiridos en el sitio es menor porque sus costos fijos son mayores. El margen de ganancia para los productos comprados en EEUU en las categorías de salsas y lácteos es de 15%, y de 14% para los productos enlatados. Con conocimiento del ciclo de vida de los productos es posible identificar áreas de oportunidad (Navarro, 2012). Con un margen de ganancia más preciso, la gerencia puede tomar decisiones de productos específicos como implementar estrategias de venta a productos con alto margen de ganancia, pero baja rotación, eliminar productos con un margen de ganancia bajo y rotación baja, incrementar la rentabilidad total por categoría y realizar proyecciones más cercanas a la realidad. Una noción vaga de los niveles de costos puede ocasionar que las empresas incurran en pérdidas, como consecuencia de la incompleta medición de sus cuentas internas (Segovia y Moreno, 2017). La contabilidad de costos permite llevar un mejor control y tomar decisiones (Ramírez, García y Pantoja, 2010).

## **4. CONCLUSIONES**

- Se analizó el sistema costeo actual utilizando datos tomados de la importación de un contenedor en noviembre del 2018, realizado por La Cosecha, del cual se obtuvieron las cantidades de cada producto y se determinó que el costo unitario que se obtuvo sumando el costo variable y el costo fijo asignado con una tasa de 24%. Al costo total se le sumo un margen de ganancia del 35% para obtener el precio de venta.
- Se determinó el costo total unitario para los productos dentro de las categorías de enlatados, salsas y lácteos.
- Las propuestas aplicadas al sistema de costeo actual fueron la reasignación de la tasa de costo fijo y la integración de los gastos indirectos al costo total de cada producto.

## **5. RECOMENDACIONES**

- Registrar todos los gastos indirectos efectuados por La Cosecha para incluirlos en el costo de los productos y así obtener costos unitarios más confiables.
- Elaborar tablas para los gastos a la hora de realizar el proceso de importación. De esta manera se podrán dividir los costos por actividad, calcular los costos unitarios, comparar márgenes de ganancia y construir una base de datos.
- Realizar degustaciones a los clientes y empleados para que conozcan más productos y de esta manera mejorar la rotación de estos.
- Impulsar estrategias de venta para los productos con margen de ganancia alto y bajo volumen de venta pueden ser. A los productos con un margen de ganancia bajo y alta rotación se les puede incrementar el precio. Eliminar productos con un margen de ganancia bajo y bajo volumen de venta.

## 6. LITERATURA CITADA

Álvarez S. (2013). Las empresas familiares en Honduras y su vinculación con el desarrollo. Disponible en:

[https://www.researchgate.net/publication/257693579\\_LAS\\_EMPRESAS\\_FAMILIARES\\_EN\\_HONDURAS\\_Y\\_SU\\_VINCULACION\\_CON\\_EL\\_DESARROLLO](https://www.researchgate.net/publication/257693579_LAS_EMPRESAS_FAMILIARES_EN_HONDURAS_Y_SU_VINCULACION_CON_EL_DESARROLLO)

Banco Central de Honduras. (2018). *Honduras en cifras 2016-2018*. Obtenido de [https://www.bch.hn/download/honduras\\_en\\_cifras/hencifras2016\\_2018.pdf](https://www.bch.hn/download/honduras_en_cifras/hencifras2016_2018.pdf)

Centro de Información de la Conserva Enlatada. (2018). *Decalogo*. Obtenido de [conservasenlata.com: http://conservasenlata.com/?page\\_id=4186](http://conservasenlata.com/?page_id=4186)

Cordoba Gegovia, C. M., & Moreno Moncayo, D. F. (2017). *LA IMPORTANCIA DE UNA BUENA ESTRATEGIA DE FIJACIÓN DE*.

Díaz, T. R. (2005). *Conservación de los alimentos*. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com>

González, P. S. (2017). *Breve historia de los alimentos y la cocina*. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com>

Horngren C., Datar S., Rajan M. (2012) Introducción a los términos y propósitos de los costos. Contabilidad de costos. Cap. 2 pg. 46-49. México. Pearson Educación. Decimocuarta edición

Mejia, M. E. (2012). *Técnicas de Ventas*. Obtenido de [http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico\\_administrativo/Tecnicas\\_de\\_venta.pdf](http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Tecnicas_de_venta.pdf)

Ministerio de Finanzas públicas de Guatemala. (2014). *Guía para la Elaboración del Método de Costeo*. Obtenido de <https://www.fantaproject.org/sites/default/files/resources/Guía-para-la-aplicación-del-método-de-costeo-Dec2014.pdf>

Ministerio de Finanzas. (Agosto de 2018). LEY DE IMPUESTOS SOBRE VENTAS CONSOLIDADO. *Tasa del Impuesto*.

Oficina Económica y Comercial de España en Honduras. (2018). *INFORME ECONÓMICO Y COMERCIAL DE HONDURAS*. Obtenido de <http://www.comercio.gob.es/tmpDocsCanalPais/FAA286803FC35EE27BB81801F3A23083.pdf>



Padilla, C. E. (2009). *El Conocimiento de Embarques en la Ley de Titulos Valores*.

Ramirez, C. V., Garcia, M., & Pantoja, C. R. (2010). *Fundamentos y Tecnicas de Costos*.  
Cartagena de Indias: Editorial Universidad Libre.