



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

CONTADURÍA PÚBLICA

**CONTROL DE COSTOS, AUMENTO DE UTILIDAD FUNDAMENTADO AL
PUNTO DE EQUILIBRIO**

Paula Marcela Rodríguez Martínez

Yisseth Carolina Moya Calderon

Trabajo presentado como producto de la opción de grado en el componente de proyección social, para optar al título de Contador Público.

Noviembre 30, 2018

Bogotá D.C.

Tabla de contenido

Contenido

Problemática	3
Planteamiento del problema	3
Problema de investigación	4
Justificación	5
Alcance	6
Objetivo general	7
Objetivos específicos	7
*Marco de referencia	7
Antecedentes	8
Marco teórico	15
¿Qué es el Concepto de Punto de Equilibrio?	15
Identificación de los costos	16
En relación con la producción	16
Identificación de los costos en relación con el volumen	17
Identificación de los costos según la capacidad para obtenerlos	18
Clasificación de los costos según el departamento donde se incurren	19
Cálculo del punto de equilibrio	19
Método del margen de contribución	20
Punto de equilibrio con mezcla de ventas	21

Método de la ecuación:	25
Aplicación del punto de equilibrio	26
Marco legal	29
Concejo de Bogotá - Acuerdo 455 de 2010	29
Ley 101 de 1993. Ley General de Desarrollo Agropecuario y Pesquero	29
Ley 1776 de 2016	29
FAO- Conceptos básicos de seguridad alimentaria	29
IPES- Resolución No 018 de 2017	30
Secretaría Distrital de Desarrollo Económico (SDDE)	30
Metodología de investigación	31
Tipo de estudio	31
Hipótesis	31
Resultados	33
Se adjunta al presente cartilla para cumplir con los objetivos	36
Conclusiones	37
Recomendaciones	38
Referencias bibliográficas	40

Lista de Figuras

Figura 1. Esquema del problema de investigación	7
Figura 2. Operación de las variables	35
Figura 3. Cuadro de esquema de investigación	36

Lista de Tablas

Tabla 1. Porcentaje de mezcla de ventas	25
Tabla 2. De margen de contribución del producto	26
Tabla 3. Mezcla conforme al importe de ventas	26
Tabla 4. Mezcla de venta de unidades	27
Tabla 5. Margen de contribución	27
Tabla 6. Comprobación del punto de equilibrio	28

Apéndices

Apéndice A. Entrevistas	43
Apéndice B. Evidencias fotográficas	49

Convenio Universidad Libre – Secretaría de Desarrollo Económico de Bogotá D. C.



“En las instalaciones de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables se dieron cita los representantes de la Secretaría de Desarrollo Económico de la Alcaldía Mayor de Bogotá, doctores Jorge Lamus y Juan Cetina; Por la Universidad Libre las decanas de las facultades de Ingeniería y Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, Martha Rubiano Granada y Clara Inés Camacho Roa, respectivamente; los directores de los programas de Administración de Empresas, Fabio Romero Ordóñez; Contaduría, José Vicente Bermúdez; la Coordinadora de la Unidad de Emprendimiento de CEIDEUL, Carmen Elisa Mateus, la profesora Sonia Lucila Meneses Velosa, de Ingeniería y los profesores Pablo Joaquín Galeano y Sergio Iván Mantilla”

“Durante la reunión se expusieron los motivos para articular a la Universidad Libre con el sector público, particularmente con la gestión que adelanta la Secretaría de Desarrollo Económico de la Alcaldía Mayor de Bogotá D.C., en ella se dieron los primeros pasos para que la Universidad Libre apoye los servicios que presta esta Secretaría a la comunidad bogotana y en particular a los menos favorecidos, brindando asesoría a los

comerciantes y/o pequeños fabricantes ubicados en las localidades del Distrito en aspectos técnicos y financieros, entre otros, con la proyección de lograr *in situ* el mejoramiento o transformación de procesos, de acuerdo con el tema desarrollado y previamente concertado con ellos, de acuerdo con sus necesidades”

“Se socializó un proyecto de Acuerdo de Voluntades para llevar a cabo este plan de cooperación entre las dos entidades. Se espera que próximamente se concreten las actividades conjuntas en las que se espera la participación de docentes y estudiantes de las dos facultades mencionadas”

Resumen

Este trabajo de investigación presenta un análisis sobre el Punto de Equilibrio Operativo de la microempresa de mercados campesinos. Se plantean dos hipótesis: (a) el pequeño empresario desconoce la aplicación de la metodología del punto de equilibrio; y (b) la metodología del punto de equilibrio para el pequeño empresario, cuenta con elementos necesarios para la orientación y desear en su trabajo. La primera se demostró con entrevistas realizadas y recopilaciones fotográficas en los diferentes puntos de Bogotá.

Se evidencia que la mayoría de los empresarios que realizan sus actividades de comercio en la Ciudad Bogotá, no conocen cómo aplicar un buen modelo para buscar el punto de equilibrio en sus empresas. A nivel general, se reconoce de las visitas y acompañamientos realizados que todos son dueños de empresas medianas, mientras que los microempresarios y empresarios más grandes cuentan con infraestructuras y personal capacitado en este tema. La segunda hipótesis plantea, casos explicativos donde se orienta como puede hacer su propio punto de equilibrio en cantidad de unidades y precio unitario.

Palabras clave: Precio agrícola, Economía agraria, Análisis costes-eficiencia, Equilibrio económico, Ganancia, Ventaja comparativa.

Abstract

This research paper presents an analysis of the Operative Balance Point of the company that appears in the peasant markets. Two hypotheses were raised: The small entrepreneur does not know or apply the equilibrium point methodology and; (b) with the application of the equilibrium point methodology, the entrepreneur has the necessary elements to make decisions. The first one was demonstrated with interviews and

photographic compilations in the different points of Bogota where they presented themselves to carry out their activities of the peasant markets.

It was evidenced that most of the entrepreneurs who carry out their business activities in Bogotá City do not know, nor do they apply the equilibrium point methodology in their companies. However, it is recognized that the entrepreneurs who interviewed affirmatively are owners of medium-sized companies, while the microentrepreneurs and small builders in their entirety answered in a negative way. The second one is verified by means of a guide, it is presented explanatory cases where it is oriented as it can make its own point of equilibrium both in description as in number of units and unit price.

Key words: Agricultural prices, Agricultural markets, Cost effectiveness, Economic equilibrium, Profits, Comparative advantage.

Introducción

La siguiente investigación tiene como punto de referencia los mercados campesinos que surgen con el Acuerdo 455 de 2010, con el fin de ayudar al campesino en su sostenibilidad económica por medio de varias sociedades económicas campesinas del centro del país, y que vienen realizándose cada 15 días, en 10 localidades de Bogotá.

Los análisis realizados a través de visitas de campo y entrevistas informales, permitieron identificar como problema la fijación de precios basado en presunciones de tipo subjetivo, que no le permiten conocer al campesino si está generando una ganancia (costo-beneficio). La actividad del grupo investigador, surge como un proyecto social dirigido al mercado campesino, organizado estratégicamente por los diferentes organismos fundamentales como son: la **Secretaría de Desarrollo Económico (SDDE)** y la **Universidad Libre de Bogotá**, y el **Banco Agrario de Colombia**, quienes fomentan el estudio y análisis a través de actividades de tipo académico; identificando necesidades entre la comunidad y los comerciantes que participan en los mercados campesinos, con el propósito de eliminar barreras entre los participantes que interactúan llegando a fines comunes, y que fortalezcan ambos entornos.

Se considera relevante la aplicación de conceptos académicos enfocados en la contabilidad de costos, teniendo como eje central el punto de equilibrio, permitiendo al campesino identificar la ganancia obtenida en su producto a partir de la inversión de todos

los elementos que componen su estrategia de venta, metas, identificación de estrategias, aumento/ disminución de ingresos, rentabilidad y seguimiento a gastos.

Es por este motivo que se realiza una aplicación de los procesos de estructura de costos estratégicos directamente a los beneficiarios, mediante una asesoría contable a los comerciantes que participan en los mercados campesinos en la ciudad de Bogotá.

Para poder realizar esta actividad fue necesario en primera medida un estudio previo, que utilizó como herramientas las visitas a campo, la observación y el testimonio libre, realizadas a las tiendas ubicadas en los diferentes estratos socio económicos de la ciudad de Bogotá; y la aplicación de instrumentos de recolección de información como: entrevistas directas y a profundidad con comerciantes, grupo focal, registro fotográfico, y un instrumento de medición técnica (formato de recolección de datos) que permitió obtener información sobre la realidad de los mercados campesinos.

La información recolectada fue analizada y comprendida a partir de la descripción de los aspectos más relevantes, estableciendo comportamientos similares y diferencias significativas entre los informantes, cuyos patrones más representativos se pueden evidenciar en los resultados presentados en los vendedores y sus clientes.

Problemática

Planteamiento del problema

La falta de proyección en el proceso de ingresos y gastos que muestran el éxito o fracaso de un negocio es la principal problemática identificada, es por esto que se recomienda implementar una estructura precisa de costos, ingresos y utilidades, que debe ser tomada en cuenta para prevenir la quiebra financiera de un negocio o empresa. Cuando no son tenidos en cuenta los costos necesarios para la elaboración de un producto, no se

pueden mejorar los procesos, o ahorrar recursos como materia prima y mano de obra, lo que trae como resultado la secuencia de malas decisiones afectando la utilidad del negocio.

Es así que lo pretendido con esta investigación es, socializar los beneficios que tiene implementar una estructura de costos accesible a todos los comerciantes y campesinos que participan en los mercados Campesinos de Bogotá, y que se dedican a la producción y comercialización de productos agrícolas.

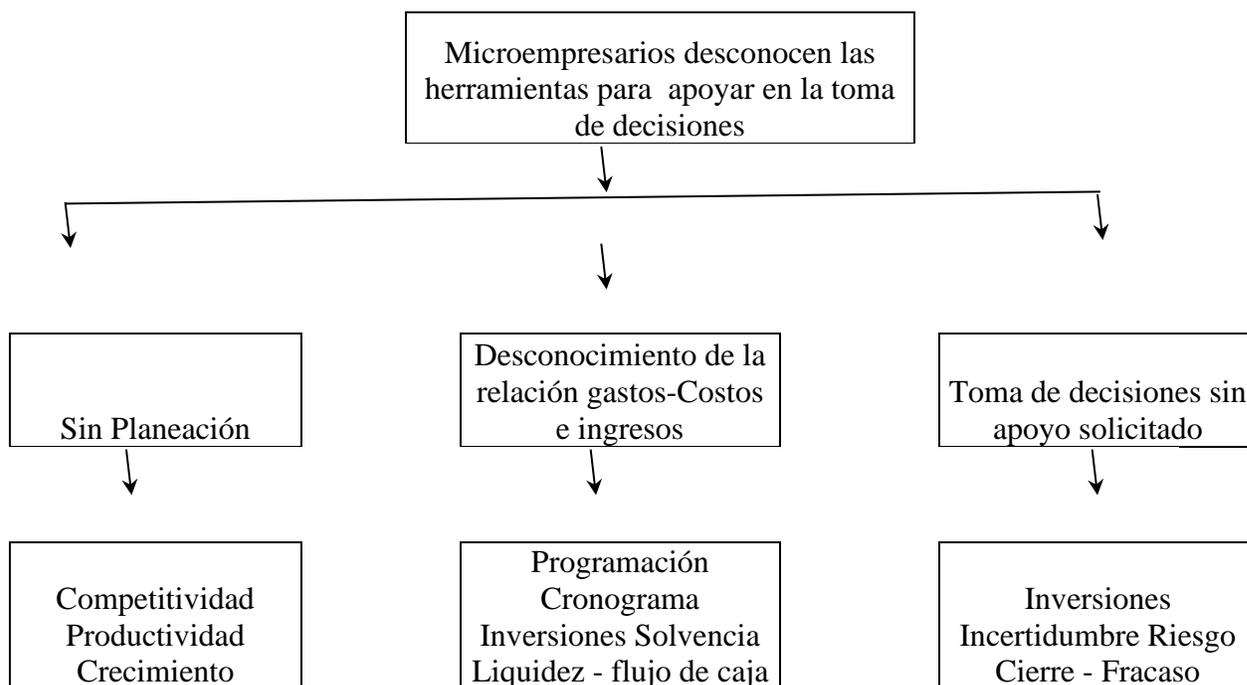
El uso de este sistema debe aplicarse de forma que se alcancen las metas de manera eficiente, y que vayan de la mano con los intereses de la administración del negocio, ayudando a construir una correcta estructura de costos rentable, flexible y eficiente, siempre colaborando con el desarrollo integral y productivo de la entidad. Por eso es importante elegir un modelo de costos correcto que le brinde grandes beneficios, y que aporte información importante para toma de decisiones, los puntos positivos del negocio, las fallas que tiene y cómo corregirlas, obteniendo así respuestas al interrogante: ¿cómo se puede contribuir al mejoramiento económico?, la realidad es que muchos empresarios o negociantes a pesar de tener conocimiento en base a la experiencia, poco o nada saben de costos, ingresos y utilidades.

Por eso es necesaria “una planeación de crecimiento, apoyada en datos reales que le permitan con certeza saber el monto al que debe elevar sus ingresos o bajar sus costos, para no caer en situaciones de endeudamientos peligrosos o bien, incumplimiento con compromisos previamente adquiridos como son préstamos a bancos o con terceros, Cuando una empresa se encuentra en una situación como la descrita, puede estar operando con pérdidas durante períodos no planeados, que en determinado momento la lleven a

vivir situaciones financieras críticas, que no solamente le impidan desarrollarse, sino que inclusive la obliguen a cerrar las operaciones” (Gandara Fernández, J.A.; 2004).

Se encuentra que: “una de las dificultades para el crecimiento del sector agropecuario es la falta de financiación agropecuaria y la alta exposición al riesgo” (El Herald, 2014), las exigencias de la competitividad y las políticas de contratación de los clientes de la industria campesina en la actualidad, demandan de los agricultores y sus microempresas una mejora constante de sus procesos productivos y una mayor capacidad de financiamiento. Entonces, es necesario que los microempresarios hagan uso de metodologías administrativas formales que les permitan ser competitivos y mitiguen el riesgo identificado, lo cual no se logrará mientras no exista una planeación apoyada en el conocimiento de sus fortalezas técnicas y económicas, y en el aprovechamiento de las oportunidades del momento.

Figura 1. Esquema del problema de investigación



Cuadro propia autoría

Justificación

Esta investigación es realizada con el objetivo de contribuir a la administración de los negocios que participan en los mercados campesinos con la disciplina contable (costos), con el interés de brindarle una solución oportuna para ayudar a los campesinos a cumplir las metas señaladas, a partir de una estructura de costos que esté proyectada con los objetivos de los negocios, y que permita comprender y diferenciar conceptos como: costos, gastos, mano de obra y costos indirectos de fabricación.

Por lo tanto se opta por solucionar la problemática descrita, facultando a la parte gerencial de cualquier negocio a tomar mejores decisiones basadas en una buena estructura de costos, y que sea flexible a las necesidades del empresario al conocer los costos reales aplicados a su producto y que sea una estructura útil para cualquier entidad.

El efecto de gran importancia que se quiere marcar en esta investigación, es que si un comerciante no tiene claro los costos relacionados con la producción final, existe riesgos a corto o largo plazo de generar pérdidas económicas significativas; es por esto, que se deben hacer planes de mejora iniciales donde por medio de un método de identificación de costos, pueda alinearse la visión del negocio con una estructura correcta de los mismos que refleje fielmente la realidad de la operación.

También es una prioridad conocer los procesos principales y de mayor importancia, identificar los costos directos, cómo se emplean, todo esto para tener un resultado positiva que les permita tomar decisiones y distinguirse en su entorno, creando ventajas importantes frente a su competencia, siendo los más beneficiados los consumidores finales que tendrán productos de alta calidad.

Alcance

Identificar la necesidad de calcular el punto de equilibrio, desarrollando una herramienta que apoye el microempresario y su proceso de crecimiento, a través de su participación los mercados campesinos de la ciudad de Bogotá.

Objetivo general

Socializar en los mercados campesinos la importancia del control, de los costos para superar el punto de equilibrio.

Objetivos específicos

- Identificar la clasificación de los costos para superar el punto de equilibrio financiero.
- Explicar por medio de una cartilla didáctica, para superar el punto de equilibrio.

***Marco de referencia**

“La fijación de precios de las hortalizas en Colombia se realiza en la central de acopio de la capital CORABASTOS, estos precios se rigen principalmente por oferta y demanda de los productos, sin embargo, en algunas ocasiones se rigen por la conveniencia de unos pocos o por mafias que son muy difíciles de demostrar, esto hace que los precios de muchos productos agrícolas sean baratos a costa de la pérdida que ocasionan en los campesinos colombianos” (Acosta leal, 2014; p.17)

Al no conocer y utilizar un lineamiento, el campesino proporciona los costos estratégicos de sus productos de manera subjetiva, lo cual es identificado como problemática para el funcionamiento de sus negocios, a pesar de la habilidad con la

matemática que poseen, el costeo lo realizan de manera muy “básica” sin tener en cuenta, muchos elementos que le generan costos adicionales.

Se han identificado varias investigaciones e indicadores sobre los mercados campesinos, con el apoyo realizado a través de la Alcaldía Mayor de Bogotá, informando año tras año la cuantía vendida a través de estas actividades y el incremento de participantes, sin embargo, no se identifican iniciativas para valorar el nivel de rentabilidad percibida en este tipo de actividades.

Adicionalmente, no se identifican parámetros e indicadores que les permitan a los campesinos (empresarios y microempresarios) realizar una toma de decisiones para abordar sus productos vistos a través de una empresa, que pueda crecer o proyectarse a su desarrollo con miras a un entorno global.

La actividad de mercado campesino apoya al empresario abordando un tema cultural que es de cercanía con el cliente final, considerando importante que debe también tener contacto con los exportadores con fines de crecimiento y desarrollo, por tal motivo es importante que el empresario conozca: ¿Cuál es su punto de equilibrio?, sin este tipo de conocimiento no puede proyectar el crecimiento de su empresa.

Antecedentes

Se han realizado diversas investigaciones que abordan directa o indirectamente temas relacionados con los mercados campesinos de Bogotá, teniendo en cuenta los diferentes choques culturales los registros a continuación se consideran los más relevantes,

iniciando con la estructura social e histórica del campesino y cómo inicia su estructura económica a través del agro:

“En sur América los pueblos indígenas cultivaron el maíz, la papa, el tomate, y el cacao, entre muchos otros productos claves en la alimentación y economía del mundo. A partir de la Colonia se da en Colombia un mestizaje en la población rural que hoy encarna el campesinado. Igualmente, los resguardos como los territorios colectivos dan testimonio de la persistencia de comunidades indígenas y afro descendientes. Campesinos, indígenas y afrodescendientes fueron, hasta bien entrado el siglo XX los mayores contribuyentes al crecimiento y desarrollo de los conglomerados urbanos y el sostén fundamental alimentario de sus pobladores. La industrialización de Colombia ligada a las exportaciones de café confirmó la base rural de nuestra economía. Hoy a pesar de las múltiples guerras, de la marginalidad en los servicios y de las legislaciones en contra de la población rural, es ésta la que sigue aportando el mayor porcentaje de alimentos y buena parte de los insumos agroindustriales e industriales, utilizados generalmente no en función del desarrollo del conjunto de país y sus habitantes sino de los intereses y ambiciones de especuladores y traficantes nacionales e internacionales que generan concentraciones de capital, que no se traducen en beneficios en nuestros territorios y para amplios conglomerados sociales” (Observatorio y desarrollo económico, 2011; p.4).

Considerado (en aspectos económicos, imprescindible para Colombia el desarrollo del agro como insumo de la industria, entonces, si el campesino no puede sostener sus costos o si no tiene en cuenta todos los criterios y su actividad decae o se pierde, afectará

la economía del país aunque sea menospreciado, este se considera el eje estructural del desarrollo económico de Colombia.

El Observatorio y Desarrollo Económico (2011) resalta la experiencia de Mercados Campesinos en Bogotá y la región central de Colombia, la investigación, habla sobre cómo inician y surgen los mercados campesinos y cómo se generó inicialmente la idea, las oportunidades de participación de las diferentes culturas desde la indígena hasta la afrocolombiana, la diversidad de productos y como se puede encaminar oportunamente para generar empresas y nuevos empleos, también describe muchas problemáticas identificadas en la labor del agro de tipo social, económico y político.

Aunque existan parámetros para poder medir los costos del agro, se considera importante la existencia de una manera en la que el microempresario por sus propios medios pueda realizar de manera autónoma, la identificación del punto de equilibrio se sus productos, de esta manera los mercados campesinos de la ciudad de Bogotá pueden impactar de manera positiva en la continuidad de las empresas y las personas que participan debido a que pueden identificar los costos estratégicos.

Se identifica a través de una investigación un método que permita identificar el punto de equilibrio, explica el establecimiento de una estrategia de costos adecuada, y cómo puede cambiar las decisiones de una empresa en forma positiva, el análisis de este documento llevado a la investigación actual permite generar una inquietud: ¿es viable

enfocar las características para encontrar el punto de equilibrio a las empresas que están iniciando en los mercados campesinos? (Abril Hoyos, J.; 2003).

COSTOS:

Los conceptos relevantes para este tema de investigación son estructuras de costos, gastos, costos indirectos de fabricación (C.I.F) y costeo estándar.

*Estructura de costos: Principalmente deben conocerse los recursos, las medidas y la valoración con que se definirán posteriormente los parámetros de la estructura. Zazenco (2015) afirma que puede ser tan general –que abarque todas las necesidades de la empresa–o como regularmente se usa, por departamentalización (secciones o partes de proceso). Otra definición del término, según Gómez (2005) empieza por conocer con exactitud, la información del proceso, los pasos que lo componen, la finalización, el servicio y el seguimiento del mismo. Recapitulando la información, la definición más acertada para el desarrollo de la presente investigación será la primera, debido a que está enfocada en conocer los recursos que se necesitan y optimizarlos de tal manera que se puedan alinear con las proyecciones de la entidad, contrarrestando sus necesidades y de igual manera cubriendo por completo la misma.

*Gastos: Algunos ejemplos de gastos según Gómez (2005) son: salarios de gerentes, altos ejecutivos, impuestos de renta y complementarios, donaciones, comisiones pagadas a vendedores, fletes y gastos de publicidad que son ejemplos que contribuyen con el entendimiento del concepto.

El Plan Único de Cuentas–PUC–, proporciona datos acerca del concepto de gastos en su catálogo de cuentas del PUC para comerciantes de Colombia, agrupa las cuentas que representan los cargos operativos y financieros en que incurre el ente económico en

el desarrollo del giro normal de su actividad en un ejercicio económico determinado. Mediante el sistema de causación se registrará con cargo a las cuentas del estado de resultados los gastos causados pendientes de pago. Se entiende causado un gasto cuando nace la obligación de pagarlo aunque no se haya hecho efectivo el pago (s.p), es considerable que la definición más apropiada para el concepto de gastos según lo que se tratará en el presente será la segunda, ya que muestra de una manera más amplia las cuentas que tiene y la causación de la obligación permitiendo indagar y determinar el impacto.

* Costos indirectos de fabricación: Estos son representados por la agrupación de todos los materiales indirectos, tales como la mano de obra indirecta (salarios empleados de oficina, supervisores, mantenimiento), el lucro cesante, el arrendamiento fábrica, los impuestos sobre propiedad raíz, las depreciaciones, maquinaria y edificación (Gómez, 2005). Los costos indirectos son también, todas las erogaciones en la función de producción que no son materia prima directa y mano de obra directa y donde ninguno de ellos puede identificarse fácilmente con el producto elaborado (Huicochea, 1994). El concepto con mayor adaptabilidad al tema es la segunda definición, debido a su poca notoriedad en la producción o comercialización final del producto, lo anterior permite mayor entendimiento para el lector incluyendo los ítems mencionados en la primera definición.

* Costeo estándar: En el costo estándar, deben tenerse datos previos que son encontrados por métodos ya establecidos y representados en la producción. Como consecuencia, con base en datos predeterminados seriamente calculados mediante procedimientos científicos, se indica que sea realizada la producción donde se espera

tenga resultados en los costos. Posteriormente y a medida que avanza la elaboración de los productos, los datos predeterminados se confrontan con los reales y se tienen en cuenta los costos reales. El costo estándar, presenta ventajas tales como: control de la producción, establecimiento de políticas de precios y ayuda en la preparación de presupuestos (Gómez, 2005). De acuerdo a lo anterior, son todos aquellos procedimientos y registros basados en la teoría contable, además, estos son aquellos que tienen características básicas de costos unitarios de producción o venta masiva con un mayor y mejor control contable, ampliando información analítica para la futura toma de decisiones (Huicochea, 1994). La segunda definición es más acertada para este último concepto de costo estándar, debido a que tiene mayor consistencia con lo que requiere el proyecto; además, muestra con mayor claridad lo que se debe tomar en cuenta en torno a procedimientos y registros.

¿Qué es un ingreso?

Producción (costo primo y costo de uso equivalente al sacrificio de valor comprendido en la producción del periodo y costos suplementarios, Keynes (1936) resuelve el problema de definir el ingreso de la siguiente forma: En un periodo cualquiera un empresario ha obtenido recursos por la venta de cierta cantidad de productos terminados, habrá gastado o comprado otros productos para ello y puede que conserve un stock de producción no terminada o terminada pero no vendida.

El ingreso del empresario sería entonces lo obtenido por las ventas más lo que aún conserva (producción no terminada o terminada pero no vendida), menos lo gastado o consumido. Sin embargo, para obtener el ingreso específico obtenido en un periodo en cuestión, se necesita descontar lo atribuible al equipo productor con que se contaba desde el principio (Keynes, 1936, p.61), es decir que en el cálculo del ingreso neto se tiene en

cuenta lo producido y no vendido en un mismo periodo, no lo producido en otros periodos y no vendido en el actual. Por otra parte se tiene en cuenta también los costos adicionales (Keynes, 1936, p.65). Se observa entonces que estas definiciones con las que se llega al ingreso global (total) según la teoría de Keynes (1936), son realizadas desde el punto de vista del productor.

El ingreso del empresario es el excedente del valor de la producción terminada y vendida durante un periodo por sobre su costo, es decir que el ingreso del empresario —depende de su escala de producción, que se esfuerza por llevar al máximo, su ganancia brutal (Keynes, 1936, p.62), y como el ingreso del resto de la comunidad es igual al costo de los factores del empresario, entonces desde el punto de vista de la producción el ingreso global total es la suma de las ganancias del empresario y del costo primo de la producción que son los ingresos de los factores (Keynes, 1936).

El ingreso global definido antes, es muy similar a lo que una persona promedio considera su ingreso disponible cuando decide su consumo, y es bastante parecida a la del maestro de Keynes, Alfred Marshall quien se refugió en las prácticas de los Income Tax Commissioners (funcionarios que determinaban el monto de ingreso gravable) al considerar como ingreso lo que la experiencia de estos designará como tal, ya que supone que sus decisiones son juzgadas como resultado de la supuesta investigación más cuidadosa y extensa de la que pueda disponerse para interpretar lo que, en la práctica, se acostumbraba a considerar como ingreso (Keynes, 1936, p.68).

El ingreso es hasta aquí, parte de una ecuación y de una igualdad. Para medir el ingreso neto se debe considerar los costos, no sólo los directamente necesarios para producir como la materia prima y mano de obra, sino también los que se dan en el proceso normal del

negocio. Esta definición de ingreso abstracta y general encaja con la del productor o empresario, pero puede aplicarse también a la del consumidor sean estas a nivel individual o social.

Marco teórico

¿Qué es Punto de Equilibrio?

En este caso, el punto de equilibrio se define como una herramienta financiera que permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, y se expresa en valores, porcentaje y/o unidades, se apoya en un análisis que relaciona el costo y utilidad.

“Este proceso ilustra la cantidad de unidades que una empresa debe vender para que los costos no sean superiores al monto de las ventas y muestra la magnitud de las utilidades o pérdidas de la empresa cuando las ventas excedan o caen por debajo de este punto, de tal forma que este es un punto de referencia a partir del cual un incremento en los volúmenes de venta generará utilidades, pero también un decremento ocasionará pérdidas” (Zavaleta 2004).

“El punto de equilibrio de una empresa, se conoce también como punto muerto o *break evenpoint*; es un instrumento para el análisis y la toma de decisiones de distintas situaciones de la empresa, entre ellas: volumen de producción y ventas necesarias para no perder, la planeación de resultados, fijación de precios y la reducción de costos fijos y variables, etc.; Algunos autores denominan a este punto umbral de rentabilidad porque a partir del mismo la empresa ingresa a una zona de ganancias” (gestiopolis.com, 2004).

Una compañía eficiente debe operar a un nivel superior al punto de equilibrio para “poder reponer su equipo, distribuir sus dividendos y tomar providencias para su expansión. Debe tenerse en cuenta que la depreciación contable se basa en el costo original de los artículos, mientras que la reposición a menudo ocurre en un mercado de costos más elevados” (gestiopolis.com, 2004).

Como puede verse el cálculo del punto de equilibrio incluye el análisis de los costos, por lo que es necesario definir algunos conceptos los cuales involucran a la contabilidad de costos.

Identificación de los costos

“El costo se define como el valor sacrificado para adquirir bienes o servicios mediante la reducción de activos o al incurrir en pasivos en el momento en que se obtienen los beneficios. Los costos de una empresa se pueden clasificar en función de diversos criterios, según se puedan asignar o no de manera objetiva a un producto determinado. Todo dependerá del uso que se quiera dar a la información, las razones por las cuales se obtienen y la relación que guarden con las partes del proceso donde se identifica su incurrencia” (Gandara Fernández, J.A.; 2004). Esta identificación puede hacerse de la siguiente manera:

En relación con la producción

Esto está íntimamente relacionado con los elementos del costo de un producto y con los principales objetivos de la planeación y el control. Las dos categorías, con base en su relación con la producción son:

Costos primos. Son todos los materiales directos y la mano de obra directa de la producción.

$$\text{Costos primos} = \text{MD} + \text{MOD}$$

Costos de conversión. Son los relacionados con la transformación de los materiales directos en productos terminados, o sea la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación.

$$\text{Costos de conversión} = \text{MOD} + \text{CIF.}$$

Identificación de los costos en relación con el volumen

“Los costos varían de acuerdo con los cambios en el volumen de producción, este se enmarca en casi todos los aspectos del costeo de un producto” (Gandara Fernández, J.A.; 2004).

Estos se clasifican en:

Costos variables. “Son aquellos en los que el costo total cambia en proporción directa a los cambios en el volumen, en tanto que el costo unitario permanece constante” (Gandara Fernández, J.A. 2004).

Costos fijos. “Son aquellos en los que el costo fijo total permanece constante mientras que el costo fijo unitario varía con la producción” (Gandara Fernández, J.A. 2004).

Comentario. De la relación entre el costo y el volumen de producción se puede decir que:

“Los costos variables cambian en proporción al volumen; Los costos variables por unidad permanecen constantes cuando se modifica el volumen; Los costos fijos totales

permanecen constantes cuando se varía el volumen; Los costos fijos por unidad aumentan cuando el volumen disminuye y viceversa” (Gandara Fernández, J.A.; 2004).

Identificación de los costos según la capacidad para obtenerlos

Un costo puede considerarse directo o indirecto según la capacidad que tenga la Gerencia para asociarlo en forma específica a órdenes o departamentos, se clasifican en:

“*Costos directos*. Son aquellos que la gerencia es capaz de asociar con los artículos o áreas específicos. Los materiales y la mano de obra directa son los ejemplos más claros; Este costo, se puede distribuir objetivamente entre los distintos productos, ya que se sabe con total precisión en qué medida cada uno de ellos es responsable de haber incurrido en este costo. Las empresas son libres de establecer los criterios de distribución que considere oportuno, con el único requisito de que sean criterios lógicos que guarden relación con la generación del costo que se va a distribuir” (Gandara Fernández, J.A.; 2004).

“*Costos indirectos*. Son aquellos comunes a muchos artículos y por tanto no son directamente asociables a ningún artículo o área; Usualmente, los costos indirectos se cargan a los artículos o áreas con base en técnicas de asignación; Estos costos los establecen las empresas en función de los criterios de reparto y son proporcionales con el nivel de ventas” (Gandara Fernández, J.A.; 2004).

Entre estos se pueden mencionar:

“El costo del alquiler en función de la superficie ocupada locales bodegas, El costo de electricidad en función del número de horas de funcionamiento de cada línea de producción; El salario de los vendedores en función del volumen de ventas de cada producto o del número de clientes, etc.; Por otra parte, los costos serán directos o

indirectos dependiendo del tipo de compañía, de la actividad que realice, de cómo esté organizada. Puede ocurrir que un costo sea directo para una empresa e indirecto para otra, y viceversa. También, el que un costo sea directo o indirecto puede depender de los sistemas de medición y control que tenga la empresa” (Gandara Fernández, J.A.; 2004).

Clasificación de los costos según el departamento donde se incurren

“Un departamento es la principal división funcional de una empresa. El costeo por departamentos ayuda a la gerencia a controlar los costos indirectos y a medir el ingreso”.

En las empresas constructoras se encuentran los siguientes tipos de departamentos:

“*Departamentos de producción.* Estos contribuyen directamente a la producción de un concepto de obra e incluyen los departamentos donde tienen lugar los procesos de conversión o de elaboración. Comprende las operaciones manuales y mecánicas realizadas directamente sobre el producto” (Villareal, 2004)

“*Departamentos de servicios.* Son aquellos que no están directamente relacionados con la producción de un concepto de obra. Su función consiste en suministrar servicios a otros departamentos. Los costos de estos departamentos por lo general se asignan a los departamentos de producción” (Villareal, 2004).

Cálculo del punto de equilibrio

“Como se mencionó anteriormente, el punto de equilibrio es aquel nivel de actividad en el que la empresa ni gana, ni pierde dinero, su beneficio es cero. Por debajo de ese nivel de actividad la empresa tendría pérdidas. Si el nivel de actividad fuera superior, la empresa obtendría beneficios” (Gandara Fernández, J.A.; 2004).

Existen tres métodos para encontrar el punto de equilibrio que es:

“Método del margen de contribución; Método de la ecuación; Método gráfico”

(Gandara Fernández, J.A.; 2004). El punto de equilibrio involucra los siguientes conceptos: costos fijos, costos variables y precio de venta del producto. El empleo de uno u otro método dependerá de la información que se tenga y de lo que se desea mostrar.

Método del margen de contribución: El punto de equilibrio económico-físico es el nivel de actividad (producción y ventas) en el cual la empresa recupera la totalidad de sus costos (fijos + variables) y se basa en el análisis siguiente:

$$\text{Ventas (V)} = \text{Costos totales (Ct)}$$

$$V = Ct$$

$$V = \text{Costos fijos (Cf)} + \text{Costos variables totales (Cvt)} = \text{Pu} \cdot \text{Px}$$

Pu: el precio unitario de cada producto.

Px: la cantidad de productos producidos y vendidos

$$\text{Px} = \text{Cf} + \text{Cv} \cdot \text{Px}$$

$$\text{Pu} \cdot \text{Px} - \text{Cv} \cdot \text{Px} = \text{Cf}$$

$$\text{Px} (\text{Pu} - \text{Cv}) = \text{Cf}$$

$$\text{Px} = \text{Cf} / (\text{Pu} - \text{Cv})$$

$$\text{Px} = \text{Cf} / \text{CM}$$

Pxe = “producción de equilibrio (punto de equilibrio económico - físico), y representa las cantidades (kilos, cajas, docenas, etc.) que se deben fabricar y vender para cubrir los costos fijos y variables” (Gandara Fernández, J.A.; 2004).

CM = “Contribución marginal. - Es la diferencia entre el precio de venta de cada producto y su costo variable, es el margen que obtiene la empresa y representa el excedente mediante el cual se cubrirán los costos fijos más la utilidad. Si se dividen los costos fijos entre el margen por producto obtendremos el número de productos que tendría que vender la empresa para llegar a cubrir todos sus costos fijos. la utilidad. Si se dividen los costos fijos entre el margen por producto obtendremos el número de productos que tendría que vender la empresa para llegar a cubrir todos sus costos fijos” (Gandara Fernández, J.A.; 2004).

Punto de equilibrio con mezcla de ventas

“En una empresa de venta de alimentos, dentro de un proyecto su producto es la ejecución de conceptos de obra, donde cada uno tiene diferentes costos variables, diferentes períodos de ejecución y diferentes precios de venta, así que en este caso el cálculo del punto de equilibrio deberá realizarse por el método de la mezcla de varios productos, la unión de mezcla de ventas se refiere a las proporciones relativas de los diferentes productos que integran las ventas totales. Si las unidades pueden ser comparadas conforme a medidas fijas, la mezcla de ventas habrá de indicar el porcentaje de volumen físico de ventas que representa cada uno de los productos. La mezcla de ventas también se puede calcular con base en el importe de ventas” (Gandara Fernández, J.A.; 2004). En la Tabla 1 se observa el ejemplo de una empresa que fabrica los productos ABC.

Tabla 1.

PRODUCTO	UNIDAD	VENTAS	PRORCENTAJE DE MEZCLA DE VENTAS	
			EN UNIDADES	EN IMPORTE DE VENTAS
A	50	\$ 50.000	50%	28.5%
B	30	\$ 45.000	30%	25.7%
C	20	\$ 80.000	20%	45.8%
		\$ 175.000	100%	100%

Nota. “El análisis costo-volumen-utilidad se lleva a cabo utilizando una razón promedio de margen de contribución para una mezcla de ventas determinada o un margen de contribución promedio por unidad” (Gandara Fernández, J.A.; 2004).

“Si el volumen de punto de equilibrio se determina en importe de ventas, las ventas de cada uno de los productos que integran este total se determinan utilizando el porcentaje de mezcla de ventas basado en los importes de las ventas. Si el volumen del punto de equilibrio se determina en unidades de los productos vendidos hay que fijarse en el volumen físico de ventas. (este método se explicará en detalle más adelante).

En la Tabla 2, se observa la siguiente empresa con las condiciones mostradas en la tabla y con costos fijos de \$ 120,000

Tabla 2.

PRODUCTO	UNIDAD	VENTAS	PRORCENTAJE DE MEZCLA DE VENTAS	
			IMPORTE	%MC
A	\$ 10.000	\$ 100.000	\$ 80.000	80%
B	\$ 30.000	\$ 120.000	\$ 60.000	50%
C	\$ 20.000	\$ 180.000	\$ 100.000	55.6%
TOTALES	\$ 60.000	\$ 400.000	\$ 240.000	

“Análisis del punto de equilibrio en pesos: Si se desea calcular el volumen de punto de equilibrio con base en una razón promedio de margen de contribución (% MC), para la mezcla de ventas determinada, se reparte el importe de ventas en el punto de equilibrio

entre cada uno de los productos de acuerdo con el porcentaje de las ventas reales representadas por A, B, C” (Gandara Fernández, J.A.; 2004).

Tabla 3. Mezcla conforme al importe de ventas

PRODUCTO	VENTAS	PRORCENTAJE DE MEZCLA DE VENTAS	
A	\$ 100.000	25%	
B	\$ 120.000	30%	
C	\$ 180.000	45%	
TOTALES	\$ 400.000	100%	

\$240.000

%MC ----- = 60%

\$400.000

Punto de equilibrio en pesos

$$\frac{\text{COSTOS FIJOS } \$120.000}{\text{\%MC } 0.60} = \text{-----} = \$200.000$$

Distribución de las ventas en el punto de equilibrio:

Contribución del producto A = \$ 200,000 x 25% = \$ 50,000

Contribución del producto B = \$ 200,000 X 30% = \$ 60,000

Contribución del producto C = \$ 200,000x 45 % = \$ 90,000

Análisis del punto de equilibrio en unidades:

Margen de contribución en pesos promedio de unidades:

$$\frac{\text{Margen de contribución total } \$240.000}{\text{Unidades-vendidas } 60.000} = \text{-----} = \$4$$

Tabla 4. Mezcla de venta de unidades

	Ventas en unidades	Mezcla de vtas unidades
A	100.000	1 / 6
B	300.000	3 / 6
C	200.000	2 / 6
	600.000	6 / 6

Tabla 5. Margen de contribución

Producto	Vta en el punto de equilibrio	% MC	Tabla de MC
A	\$50.000	80%	\$ 40.000
B	\$60.000	50%	\$ 30.000
C	\$90.000	55.6%	\$ 50.000
TOTALES			\$ 120.000
COSTOS FIJOS			(\$-120.000)
UNIDADES			0

\$120,000

Punto de equilibrio=-----= 30,000 Unidades

\$4

Distribución de ventas de unidades en el punto de equilibrio:

Unidades necesarias del producto A = $30,000 \times \frac{1}{6} = 5,000$ Unidades

Unidades necesarias del producto B = $30,000 \times \frac{3}{6} = 15,000$ Unidades.

Unidades necesarias del producto C = $30,000 \times \frac{2}{6} = 10,000$ Unidades.

Comprobación del punto de equilibrio:

Tabla 6. Comprobación del punto de equilibrio

Producto	unidades Vta en el punto de equilibrio	Mcu	Totales
A	5000	\$8	\$40.000
B	15000	\$2	\$30.000
C	10000	\$5	\$50.000
Totales			\$ 120.000
Costos Fijos			(\$-120.000)
unidad antes de impuestos			0

Se observa en la Tabla 6, que los \$ 200.000 de ventas totales representan el punto de equilibrio de la empresa como un todo. Los costos fijos no fueron cargados a productos específicos.

Porcentaje de costo variable = costo variable X 100/ Ventas

Porcentaje de costo variable = 3.420.000 X 100 = 51%

Los costos variables en el punto de equilibrio son \$4.346.938 X 51% = \$2.216.938

Comprobación del punto de equilibrio:

27 todos los costos fijos se consideraron como costos, conjuntos de los productos

A, B, C.

Método de la ecuación:

Ejemplo: Fórmula para calcular el punto de equilibrio (Gómez, 2003)

Ventas en punto de equilibrio = Costos fijos X

1

1- 3.420.000

6.750.000

Ventas	4.346.938
(-) Costos variables	2.216.938
= Utilidad Bruta en Ventas	2.130.000
(-) Costos fijos	2.130.000
= Utilidad neta	0

Aplicación del punto de equilibrio

“Otra aplicación práctica, del punto de equilibrio es que sirve para calcular el volumen de las ventas que debe realizar una empresa para obtener un porcentaje de utilidad determinado”. (Gandara Fernández, J.A.; 2004). La fórmula es la siguiente:

Ventas = Ventas en punto de equilibrio + Porcentaje de Utilidad deseado + % de Costo variable

Ejemplo: La empresa desea obtener una utilidad del 20% sobre el punto de equilibrio. Determinar el volumen de ventas necesario para obtener dicha utilidad. (Utilizando los datos de los ejemplos anteriores).

Ventas = Ventas en punto de equilibrio + Porcentaje de Utilidad deseado + % de Costo variable

$$\text{Ventas} = 4.346.938 + 20\%(4.346.938) + 51\%(4.346.938)$$

$$\text{Ventas} = 4.346.938 + 869.387 + 2.216.938$$

$$\text{Ventas} = 7.433.263$$

Aplicación.

Ventas 7.433.263

(-) Costos variables 3.790.964

= Utilidad Bruta en Ventas 3.642.299

(-) Costos fijos 2.130.000

= Utilidad neta 1.512.299

Método gráfico: Los datos de costo -Volumen - utilidad pueden relacionarse y representarse gráficamente mediante el trazo de líneas en un plano cartesiano.

“Elvira se propone vender en la feria de su escuela distintivos de recuerdo, puede comprarlos en \$.5 pesos cada uno con la posibilidad de devolver todos los que no venda. El alquiler del puesto para vender es de \$200.00, pagaderos por anticipado; Venderá los distintivos en \$.90 pesos, cada uno. ¿Cuántos distintivos tiene que vender, para no ganar, ni perder?” (Gandara Fernández, J.A. 2004).

Solución.

1.- Para trazar los gastos variables se selecciona un volumen de ventas conveniente.

Por ejemplo 1000 unidades. Se marcan los gastos variables totales para ese volumen $1000 \times \$0.5 = \500 pesos (punto A), Se traza la línea de gastos variables desde el punto A hasta el punto de origen O.

2.- Para marcar los gastos fijos, se determina la posición de \$200.pesos en el eje vertical. (Punto B) También se añaden el valor \$200.00 al punto de los \$500.00 (punto A) a nivel de volumen de 1000 unidades para llegar al punto C, 700 pesos. Utilizando estos dos puntos trazar la línea de gastos fijos paralela a la línea de gastos variables. La

suma de los gastos variables más los gastos fijos son los gastos totales o la función del costo total (línea BC).

3.- Para marcar las ventas, se selecciona un volumen de ventas conveniente, por

Ejemplo 1000 unidades. Se determina el punto D para el importe total de las ventas y ese volumen: $1000 \times \$90 = 900$ PESOS. Se traza la línea de las ventas totales desde el punto D hasta el punto de origen O.

El punto de equilibrio es donde se cruzan la línea de ventas totales y la línea de gastos totales. Esta gráfica además muestra la perspectiva de utilidades o pérdidas para una amplia escala de volumen. La confianza que se tenga en cualquier gráfica en particular de costo, volumen, utilidad es desde luego una consecuencia de la exactitud relativa de las relaciones costo volumen utilidad presentadas. (Gandara Fernández, J.A.; 2004).

En su artículo, Zavaleta (2004) concluye que:

“El utilizar la técnica del punto de equilibrio permite realizar el análisis en forma simple, pues se pueden involucrar varias variables y manejar una gama de alternativas que permitan a la dirección, establecer estrategias con bastante oportunidad, así como valorar el efecto del volumen contra costos en las utilidades. Para lograr lo anterior, deben concordar la misión financiera y los objetivos que se desean, por sí es necesaria una reorientación al mercado, implementando estrategias comerciales y financieras con mayor creatividad, pues el mercado en su proceso de desarrollo, buscará servicios nacionales o internacionales más competitivos”

Marco legal

Concejo de Bogotá - Acuerdo 455 de 2010

“Por el cual se promueve la integración regional rural a través de mercados temporales campesinos, indígenas, afrodescendientes y demás etnias; podrán comercializar sus productos agrícolas, cultivos orgánicos y tradicionales, al mismo tiempo presentar sus expresiones artísticas y demás valores culturales de su región”

Ley 101 de 1993. Ley General de Desarrollo Agropecuario y Pesquero

“Con miras a proteger el desarrollo de las actividades agropecuarias y pesqueras, y promover el mejoramiento del ingreso y calidad de vida de los productores rurales, se resaltan los siguientes propósitos: 3. Promover el desarrollo del sistema agroalimentario nacional, 3. Promover el desarrollo del sistema agroalimentario nacional; 4. Elevar la eficiencia y la competitividad de los productos agrícolas, pecuarios y pesqueros mediante la creación de condiciones especiales; 7. Crear las bases de un sistema de incentivos a la

capitalización rural y a la protección de los recursos naturales; 10. Establecer los Fondos de Estabilización de Precios de Productos Agropecuarios y Pesqueros”

Ley 1776 de 2016

“Por la cual se crean y se desarrollan las zonas de Interés de desarrollo rural, económico y social, Zidres”

FAO- Conceptos básicos de seguridad alimentaria

“Desde la Cumbre Mundial de la Alimentación (CMA) de 1996, la Seguridad Alimentaria “a nivel de individuo, hogar, nación y global, se consigue cuando todas las personas, en todo momento, tienen acceso físico y económico a suficiente alimento, seguro y nutritivo, para satisfacer sus necesidades alimenticias y sus preferencias, con el objeto de llevar una vida activa y sana”.

IPES- Resolución No 018 de 2017

“Por la cual se expide el reglamento administrativo, operativo y de mantenimiento de las plazas de mercado del Distrito Capital de Bogotá”

La Alcaldía Mayor de Bogotá, posee una política pública denominada “Plan maestro de abastecimiento y seguridad alimentaria”, fundamentado por los Decretos Distritales No. 315 y 512 de 2006, 508 de 2007 y 040 de 2008; política que posee como objeto regular la función de abastecimiento alimentario de la ciudad de Bogotá, para garantizar la disponibilidad suficiente y estable del suministro de alimentos, con calidad, criterio nutricional y acceso de manera oportuna y permanente, reduciendo el precio,

fortaleciendo los circuitos económicos urbanos y rurales. La entidad de orden territorial, en el Distrito Capital, que posee la función de ejecutar y hacer seguimiento a la política en mención.

Secretaría Distrital de Desarrollo Económico (SDDE)

En el marco de la política pública de Seguridad Alimentaria y Nutricional para la ciudad Bogotá, surge el proyecto de inversión “Del Campo a tu casa - Mercado Campesino”, el cual pretende mejorar la gestión de la cadena de suministro de alimentos; integrada por pequeños, medianos y grandes empresarios de la producción, la transformación, la distribución y la comercialización. Además, dentro de sus objetivos posee los de diseñar e implementar procesos de capacitación que contribuyan a mejorar el desempeño y desarrollo colectivo del sector alimentario, así como, gestionar alianzas estratégicas público-privadas en la ciudad y la región para alcanzar los objetivos.

Metodología de investigación

Tipo de estudio

Para este proyecto se usó el método deductivo de tipo analítico, debido a que este evalúa la relación causa-efecto donde se pueden investigar los determinantes de las variaciones. El estudio analítico permite reconocer desde sus descripciones iniciales, los factores negativos y positivos teniendo en cuenta las consecuencias que pueden generar

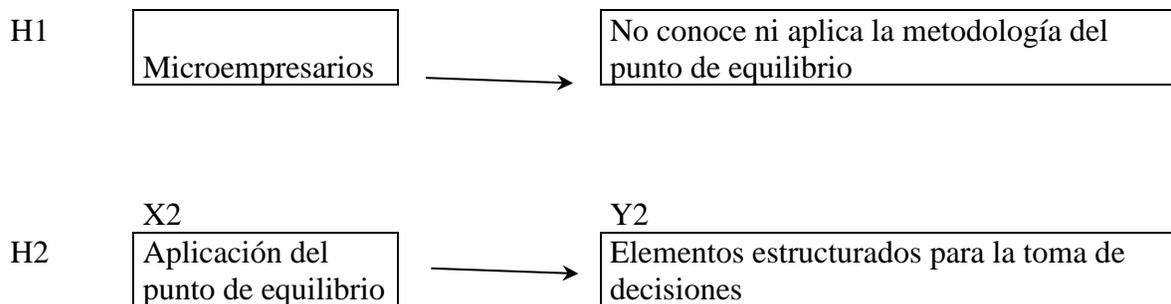
en una empresa. Así mismo, se puedan percibir las falencias para mejorarlas y lograr un resultado más óptimo.

Hipótesis

H.1.- “El microempresario que participa en los mercados campesinos no conoce ni aplica la metodología del punto de equilibrio”

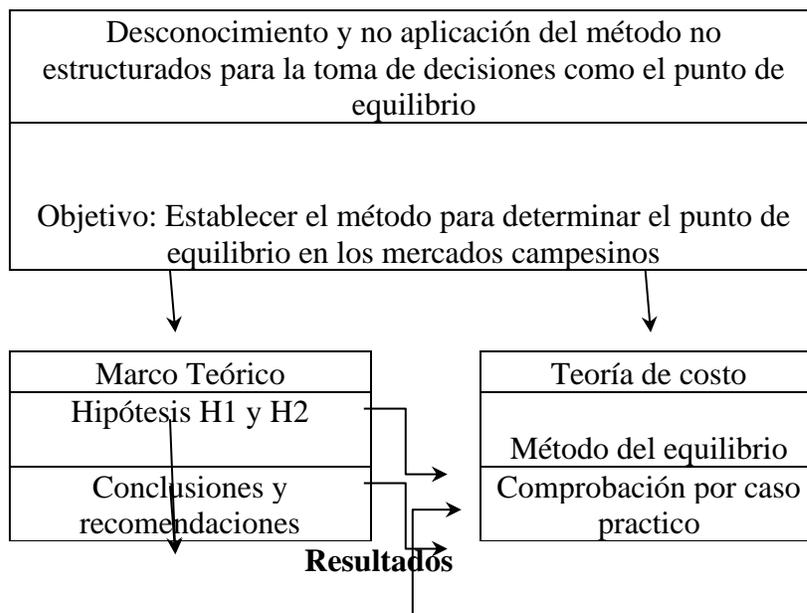
H.2.- “Con la aplicación de la metodología del punto de equilibrio el microempresario tiene elementos estructurados para la toma de decisiones”

Figura 2. Operación de las variables



Nota. Método de operación de las variables: “X1.- los microempresarios. - dedicado a fabricar o prestar un servicio. X2.- Metodología del punto de equilibrio. - Expresión matemática basada en la teoría de costos que determina en qué momento se igualan los egresos y los ingresos de una empresa. Y1.- Desconocimiento de la metodología del punto de equilibrio. - Ignorancia de recursos teóricos acerca de la relación costos- ingresos. Y2.- Modelos analíticos. - Basados en expresiones matemáticas compuestas de variables, que sirvan como apoyo para tomar una decisión con niveles de incertidumbre bajos que minimizan el riesgo” (Gandara Fernández, J.A.; 2004).

Figura 3. Cuadro de esquema de investigación



Al finalizar el proceso de observación, el contacto con los productores, y el acompañamiento con la Secretaría de Desarrollo Económico, se puede establecer que la mayoría de los productores, empresarios y campesinos, desconocen la importancia de establecer un orden financiero sobre el proceso empírico en el que han venido desarrollando su producción, comercialización y en algunos casos la transformación de materias primas.

Sin un estudio de costos, ingresos y utilidades, es casi imposible establecer si en el negocio la producción está siendo llevada de la forma correcta, o si por lo contrario es el momento adecuado para realizar cambios y fortalecer los puntos que realmente están debilitados o no permiten que se evidencie una ganancia sustancial.

El equipo investigador durante la visita a la zona comercial de San Andresito en Bogotá, pudo evidenciar de los empresarios entrevistados comercializadores de prendas o bienes, que son renuentes y desconfiados en el momento de compartir la información con relación a costos y gastos, esto se debe en gran medida a la preocupación por la imposición de

impuestos, más que con la orientación sobre la actividad desarrollada por el equipo investigador.

Los investigadores pudieron percibir que los comerciantes no reconocen la importancia de establecer un mejor proceso administrativo-contable, y su efecto sobre la producción y la mejora en sus utilidades. El objetivo de la visitas fue proporcionarle a los comerciantes información para el acceso a créditos con entidades bancarias, y que pudieran tomar decisiones referente a los créditos ágiles, o como comúnmente se les conoce: “préstamos gota a gota”, que a pesar de la agilidad en su desembolso presentan un alto porcentaje de interés.

La gran mayoría de los empresarios consideran que la mejor alternativa es acudir a una persona natural quien se desplaza hasta su negocio o donde lo requiera, para en cuestión de minutos desembolsar un préstamo desde la comodidad de su tiempo, trabajo y sin tantos requisitos; A largo plazo, este tipo de transacciones comerciales termina generando problemas dada que las condiciones de estos créditos son diferentes, con pagos diarios al crédito y con alto porcentaje de interés.

La iniciativa por parte del equipo investigador consistió en socializar las opciones que brindan las entidades Bancarias, los requisitos, el bajo porcentaje de interés, e invitarlos en caso tal que estuvieran interesados a recibir una asesoría y guía para el trámite de créditos con estas entidades, bajo la necesidad de legalizarse o realizar alguna consulta específica de la se pudiera ser una fuente de colaboración enseñanza y aprendizaje.

Sin embargo, desde el punto de vista del equipo la iniciativa por parte de la SDDE no fue bien tomada por los comerciantes, por lo que se brindó la oportunidad de acceder a los pequeños productores en los mercados Campesinos que son ubicados en diferentes puntos de la ciudad, durante las visitas realizadas se observó que la ciudadanía que los frecuenta se

encuentra interesada en los productos que distribuyen los campesinos por ser naturales con pocas transformaciones.

Al compartir con ellos se les sensibilizó sobre la importancia de crecer, que conocieran los beneficios de la ampliación de su actividad económica, la formalización de su proceso productivo, la importancia de comercializarlos, entre otros, permitiendo así que identificaran los problemas con los que cuentan los productores.

Si bien la creación o generación de nuevos empleos presenta una serie de requisitos y requiere de unos esfuerzos adicionales para los productores, para todos los negocios es necesario establecer como prioridad los costos, gastos, las ventas y la utilidad que se esperará al final de los procesos.

Conclusiones

Para el cumplimiento de los objetivos planteados por el equipo investigador, se logró en primera medida socializar en los mercados campesinos la importancia del control, de los costos para superar el punto de equilibrio. Identificando así que en cuanto a los costos y gastos no son tomados de forma crítica, para empezar un negocio se hace de forma experimental y por medio de promedios, pero la realidad para la marcha de un negocio y para la comercialización debe ser otra; ya que con valores exactos se determina el valor real de un bien y se puede establecer el precio de venta del mismo.

Al analizar la clasificación de los costos se puede identificar y superar el punto de equilibrio financiero, ya que es otras de las debilidades encontradas partiendo del hecho de que en los costos los empresarios no tienen un control estricto de sus gastos, y no

realizan la distribución adecuada entre los gastos personales de aquellos de producción o transformación, ya que no hay una capacitación o sensibilización de la importancia de establecer realmente qué valor tiene la producción.

Por eso se debe tener en cuenta para la establecer precios dos escenarios diferentes:

1. Productos con transformación:

- Materias Primas
- Empaques
- Mercadeo
- Transporte

2. Sin transformación y asumiendo que el precio es el mismo para el productor siempre:

- Semillas, Abonos y riegos
- Tiempo de Cultivo
- Jornales de recolección
- Materiales para acopio y recolección
- Transporte

Esto permite identificar que las debilidades de los productores vienen derivadas de la informalidad de su actividad económica como base del problema. Por estas circunstancias los productores no obtienen una fórmula adecuada para identificar el valor o la sensibilización del precio al mercado ya que muchos de los costos asignados no corresponden o hacen parte del producto final. Por lo que el valor o precio de venta es

usualmente dado u orientado al valor promedio del mercado y no por un estudio de costos estratégicos.

Durante este proceso de mercados campesinos se evidencia la falta de capacitación y la no aplicación de técnicas y parámetros básicos o esenciales para identificar los costos vs beneficios de sus actividades; Si se siguen las pautas de la cartilla didáctica se logrará cumplir la meta para su negocio o emprendimiento para llegar a superar el punto de equilibrio. Ya que dentro de las debilidades se encuentra la compra de sus insumos o materias primas al detal en muchos casos lo cual genera desventajas en el valor de las ganancias o utilidades esperadas por los productores, sin embargo en algunos de los casos se debe a que están limitados a la venta de los productos terminados para la adquisición de materiales o insumos y continuar la producción, o cuando los productos son vendidos sin ninguna clase de transformación no se tienen en cuenta los gastos de transporte o jornales que pagan para el almacenamiento de los productos.

Es así que entre los impactos y resultados en la ejecución del trabajo investigativo se cuenta con la elaboración de la cartilla, así como el logro de un impacto positivo durante la interacción con los comerciantes, se observara también diferentes dificultades y barreras con las que se enfrentan los campesinos.

Al realizar el trabajo de campo, se observó que la cartilla guía les puede permitir a los comerciantes campesinos adquirir de manera amigable Conocimiento sobre Costos ya que desconocían el tema, y la guía permite de una manera práctica y con un lenguaje claro acorde a sus necesidades y brindar un acercamiento al tema.

Recomendaciones

- Es conveniente que las empresas que participan en los mercados campesinos realicen sus presupuestos, apoyados en el análisis de precio unitario con el conocimiento de los costos y hacer seguimiento de los gastos.

- El control de los costos se puede determinar inicialmente realizando un seguimiento diario de las actividades que realizan de compra y venta de productos, para tener una base clara durante un periodo determinado de tiempo realizándose de forma ordenada, teniendo en claro que no todos proyectos no son iguales y pueden variar con relación a costos, volumen de producción, venta al igual que su costos variables y costos fijos, y no es posible ajustarlos todos al proceso de producción.

- Los costos variables de producción deben definirse con base en los costos estándares y no históricos, ya que todos los productos no son iguales y el realizar el debido proceso de mitiga o disminuye los riesgos.

- Mantener un registro constante de los todos los costos permite a las empresas comprender con claridad el impacto que se tiene en la comercialización y venta de los productos, y el control de los gastos permitirá que las empresas obtengan niveles altos de competitividad.

- Realizar un adecuado análisis de costos- volumen- utilidad al inicio de cada proyecto, permite establecer los costos financieros con relación al mercado, tiempo, volumen y cantidades.

- Se requieren de estudios que cuantifiquen el nivel de rentabilidad de los mercados campesinos de Bogotá, apoyando así, la toma de decisiones y crecimiento a este tipo de microempresario.

- Esta clase de convenios entre las entidades del Estado y las Universidades, deben ampliarse y continuar como servicio a la comunidad, ya que muchos de los empresarios y productores asocian un acompañamiento o asesoría financiera a la cancelación de impuestos y no a una posibilidad de organización y crecimiento de sus actividades económicas.

Referencias Bibliográficas

Abril Hoyos, J. (2003). Método para determinar el punto de equilibrio para la empresa constructora. Tesis de maestría en administración de la construcción. México, D.F., México, Instituto Tecnológico de la construcción. Recuperado de: <https://goo.gl/STf2cc>

Alcaldía Mayor de Bogotá. Secretaría General. (2018) Recuperado de: <https://goo.gl/iRXm6u>

Álvarez López, J. (1992). Contabilidad analítica de explotación (costes y gestión). Murcia: Donostiarra.

Anderson, H. R. (1996). Conceptos básicos de contabilidad de costos. México, D.F.: CECSA.

AulaFácil. (2014). Curso de Contabilidad de Costes. Documento en línea. Recuperado de: <https://goo.gl/hmwJRR>

Ávila Martínez, Y.C. (2014). Creación de un modelo de Costos para la línea de hortalizas orgánicas en la Fundación de mujeres empresarias Marie Poussepin. Recuperado de: <https://goo.gl/Bz8V3E>

Blanco Ibarra, F. (1993). Contabilidad de costes y de gestión para la excelencia empresarial. El impacto del ABC. Madrid: Deusto.

Castello Taliani, E. (10 y 11 de abril de 1992). El sistema de costes por actividades (ABC). 1ª Jornada de contabilidad de gestión: costes, información, control y tecnología en el entorno empresarial actual: Valencia, España.

Concejo de Bogotá, Distrito Capital. (16 de diciembre, 2010). [Acuerdo 455]. Recuperado de: <https://goo.gl/2wgppe>

Del Río González, C. (1997) Costos I. Ediciones Contables, Administrativas y Fiscales, S.A. de C.V. México, D.F. 1997.

El país. (3 de junio, 2014) Estos son los diez problemas que siguen frenando el agro nacional. Recuperado de: <https://goo.gl/Bdo5yh>

Gandara Fernández, J.A. (2004). Método para determinar el punto de equilibrio operativo de una empresa constructora de instalaciones eléctricas. Tesis de maestría en administración de la construcción. México, D.F., México, Instituto Tecnológico de la construcción. Recuperado de: <https://goo.gl/qU7cHo>

Gómez, G. E. (27 de febrero, 2004). El punto de equilibrio. Recuperado de: <https://goo.gl/pxhwsQ>

Hicks, D.T. (1998) El Sistema de Costos Basado en Actividades ABC. México, D.F., México: Alfaomega

López Díaz, A. y Menéndez, M. (1989). Curso de contabilidad interna. Madrid: AC.

Ministerio de Agricultura de Chile y Indap. (2015). Guía para el desarrollo de circuitos cortos en un área urbana: modelo mercado campesino urbano. Recuperado de: <https://goo.gl/Gv9aZn>

Muñoz López, C., Higuera Sossa, C. y Zuluaga Rendón, E.M. (2016). Procesos de Desarrollo Social en el Programa de Mercados Campesinos del Parque Lineal La Presidenta. Tesis de pregrado Trabajo Social. Bello, Colombia. Corporación Universitaria Minuto de Dios.

Pérez, J.G. (06 de diciembre, 1990). Crece migración campesina hacia ciudades intermedias del Valle todos quieren abandonar el campo. Recuperado de: <https://goo.gl/Z3WgWT>

Perril, L. y Gianmarco, Ch. (2014). Ferias y mercados de productores: Hacia nuevas relaciones campo-ciudad. Recuperado de: <https://goo.gl/dUFNWE>

Reinoso Peñafiel, N.A. (2016). uso de los paquetes informáticos de Excel y VBA, para automatizar el modelo del punto de equilibrio económico en el análisis financiero de un proyecto inmobiliario. Recuperado de: <https://goo.gl/rwEiDA>

Robles Calderón, Claudia. (2015) Caracterización de los procesos de intervención social que han permitido el desarrollo del mercado campesino en relación con los productores asociados y los consumidores de la ciudad de Villavicencio. Tesis de pregrado Ingeniería Agronómica. Villavicencio, Colombia. Universidad de los Llanos.

Apéndices

Apéndice A. Entrevistas


SISTEMA UNIFICADO DE INFORMACIÓN REGIONAL
FORMULARIO DE REGISTRO DE CIUDADANOS, UNIDADES DE EMPLEAMIENTO Y UNIDADES PRODUCTIVAS
ANEXO AL PROCEDIMIENTO DE REGISTRO Y CARACTERIZACIÓN DE PRODUCTORES Y BENEFICIARIOS DE LA SOG

Código: 11_01_01_01_01
 Municipio: 1
 Página: 1 de 1

IDENTIFICACION DEL CIUDADANO
 ESPECIFICAR EL TIPO DE DOCUMENTO DE IDENTIFICACION DEL CIUDADANO(A) MARCAR CON UNA X SOLO UNA (1) DE LAS SIGUIENTES ALTERNATIVAS:

1 <input checked="" type="checkbox"/> CÉDULA DE CIUDADANÍA	5 <input type="checkbox"/> PASAPORTE
2 <input type="checkbox"/> CÉDULA DE ESTADANÍA	6 <input type="checkbox"/> CARTA DE CIUDADANÍA
3 <input type="checkbox"/> TARJETA DE IDENTIDAD	7 <input type="checkbox"/> OTRO TIPO DE DOCUMENTO
4 <input type="checkbox"/> NÚMERO NACIONAL DE IDENTIFICACION PERSONAL	

No. del documento: 41930127

DATOS PERSONALES DEL CIUDADANO(A)
 NOMBRE: LUZ
 NOMBRE: Maxine
 APELLIDO: Lopez
 APELLIDO: de medina

SEXO DEL CIUDADANO(A)
 1 HOMBRE
 2 MUJER
 3 INTERMEDIO

FECHA DE NACIMIENTO. EJEMPLO: 05/12/1988

DIA	MES	AÑO
<u>21</u>	<u>07</u>	<u>1986</u>

AL AÑO COMPLETO Y RANGO DE EDAD DEL CIUDADANO(A)
 AÑOS COMPLETOS: 62
 1 MENOS DE 10 AÑOS
 2 10 AÑOS - 19 AÑOS
 3 20 AÑOS - 64 AÑOS

RESIDENCIA DEL CIUDADANO(A) ESTÁ UBICADO EN:
 BARRIO: Ardenora MUNICIPIO: Choconta
 URBANA: RURAL:

TIPO DE DOMICILIO:
 SUR/ESTE NO SUR/ESTE

LOCALIDAD:
 RURAL: Agua caliente NOMBRE DE LA FINCA: la edora LOCALIDAD:

ACTIVIDAD ECONÓMICA DEL LUGAR DE RESIDENCIA DEL CIUDADANO(A). (MARQUE CON UNA X SOLO UNA (1) DE LAS SIGUIENTES ALTERNATIVAS)
 BAJO - BAJO 3 MEDIO - BAJO 5 MEDIO - ALTO 7 ZONA SIN ESTAR
 BAJO 4 MEDIO 6 ALTO

CONTACTO DEL CIUDADANO(A)
 TELÉFONO MÓVIL: 313 469 9879 www.luzlopez


UNIVERSIDAD LIBRE
UNIVERSIDAD LIBRE
UNIVERSIDAD LIBRE

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
 PROYECTO SECRETARÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO DE BOGOTÁ
 ATENCIÓN MERCADOS ITINERANTES - PRODUCTORES

TEMA: ALISTAMIENTO FINANCIERO
 SITIO: CALLE 137 CON AV. 19, BARRIO ALCALÁ
 FECHA: 24 DE FEBRERO DE 2018
 PROGRAMA:

No.	NOMBRE DEL PRODUCTOR ATENDIDO	RAZÓN SOCIAL	Nº. DOCUMENTO/NIT	TELÉFONO	E-MAIL	FIRMA DEL PRODUCTOR
1	Juan Diego Amaya	Ataqueo. Galleta Glaseado.	En proceso	3223131465	Jda.91@hotmail.com	
2						
3						
4						

OBSERVACIONES: Se establece una segunda visita para constitución de empresa con apoyo de la Universidad Libre.

NOMBRE DE LOS ESTUDIANTES ASIGNADOS:
 1. Paulo Rodríguez Pacheco
 2. Yisseth Carolina Hoyos

FIRMAS:
Juan Diego A 100199456
322-313-14-65


UNIVERSIDAD LIBRE
UNIVERSIDAD LIBRE
UNIVERSIDAD LIBRE

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
 PROYECTO SECRETARÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO DE BOGOTÁ
 ATENCIÓN MERCADOS ITINERANTES - PRODUCTORES

TEMA: ALISTAMIENTO FINANCIERO
 SITIO: CALLE 137 CON AV. 19, BARRIO ALCALÁ
 FECHA: 24 DE FEBRERO DE 2018
 PROGRAMA:

No.	NOMBRE DEL PRODUCTOR ATENDIDO	RAZÓN SOCIAL	Nº. DOCUMENTO/NIT	TELÉFONO	E-MAIL	FIRMA DEL PRODUCTOR
1	Juan Diego Amaya	Ataqueo. Galleta Glaseado.	En proceso	3223131465	Jda.91@hotmail.com	
2						
3						
4						

OBSERVACIONES: Se establece una segunda visita para constitución de empresa con apoyo de la Universidad Libre.

NOMBRE DE LOS ESTUDIANTES ASIGNADOS:
 1. Paulo Rodríguez Pacheco
 2. Yisseth Carolina Hoyos

FIRMAS:
Juan Diego A 100199456
322-313-14-65

DATOS DEL CLIENTE	
NOMBRE DEL CLIENTE:	Juan Diego Amaya
IDENTIFICACION:	1010199456
TELEFONO:	322313465
ANALISIS DE INGRESOS Y EGRESOS	
INGRESOS MES:	
Actividad Agricola:	6500000
Otras Actividades:	1500000
Otros Ingresos:	
TOTAL INGRESOS	8000000
EXCEDENTE O DEFICIT MES:	5000000
EGRESOS MES:	
Actividad Agricola:	3000000
Otras Actividades:	
Otros Egresos:	
Cuota Créditos:	
TOTAL EGRESOS:	3000000
ANALISIS DE CREDITO	
TIPO DE CRÉDITO:	
MONTO DEL CRÉDITO:	3000000
PERIODO DE AMORTIZACIÓN:	60
PERIODO DE GRACIA:	6
MODALIDAD:	
TASA O DTF:	16.8
PUNTOS:	
TASA EFECTIVA:	16.8
PERIODO TASA:	
RESULTADOS DEL CREDITO	
CUOTA INICIAL:	
CUOTA FINAL:	776645
PERIODO DE GRACIA:	6
RESULTADO:	
TOTAL PAGOS CUOTA:	41938540
INTERESES A PAGAR:	16618840
PAGO POR MILLON:	1276981
INTERES POR MILLON:	276981

REPUBLICA DE COLOMBIA
MINISTERIO DE ECONOMÍA, INDUSTRIA Y COMERCIO
SECRETARÍA DE ECONOMÍA, INDUSTRIA Y COMERCIO
PROYECTO NACIONAL PARA EL EMPEZAMIENTO DE UNIDAD PRODUCTIVA

FORMULARIO DE REGISTRO DE LA IDEA DE EMPRENDIMIENTO O UNIDAD PRODUCTIVA

1. IDENTIFICACIÓN DE LA IDEA DE EMPRENDIMIENTO O UNIDAD PRODUCTIVA

1.1. LA IDEA DE EMPRENDIMIENTO O UNIDAD PRODUCTIVA ESTÁ REGISTRADA EN LA CÁMARA DE COMERCIO?

SI - CONTINUE
 NO - PASE A PREGUNTA 1.2

1.2. NOMBRE DE LA IDEA DE EMPRENDIMIENTO O UNIDAD PRODUCTIVA (NOTA: SI LA IDEA DE EMPRENDIMIENTO O UNIDAD PRODUCTIVA NO CUENTA CON UNA RAZÓN SOCIAL, DILIGENCIA CAMPO CON "NO APLICA")

CAFÉ TRES JOTAS
Kaffee cotar

1.3. NOMBRE DE LA ACTIVIDAD PRINCIPAL (NOTA: SI LA IDEA DE EMPRENDIMIENTO O UNIDAD PRODUCTIVA NO CUENTA CON UNA RAZÓN SOCIAL, DILIGENCIA CAMPO CON "NO APLICA")

CAFÉ TRES JOTAS

2. DATOS DE CONTACTO DE LA IDEA DE EMPRENDIMIENTO O UNIDAD PRODUCTIVA (NOTA: SI LA RUFUP ESTÁ UBICADA EN ÁREA RURAL, PASAR A PREGUNTA 17)

TELEFONO FIJO: _____ TELEFONO MOVIL: 312 447 6533 EMAIL: clordejpotv@vsnor.com

3. IDENTIFICACIÓN DE LA IDEA DE EMPRENDIMIENTO O UNIDAD PRODUCTIVA

3.1. LA IDEA DE EMPRENDIMIENTO O UNIDAD PRODUCTIVA ESTÁ REGISTRADA EN LA CÁMARA DE COMERCIO?

SI - CONTINUE
 NO - PASE A PREGUNTA 1.2

3.2. NÚMERO DE NET: 1020770701 (PASE A PREGUNTA 12)

3.3. NÚMERO DE CC: 1800770701 (CONTINUE)

4. NOMBRE DE LA IDEA DE EMPRENDIMIENTO O UNIDAD PRODUCTIVA (NOTA: SI LA IDEA DE EMPRENDIMIENTO O UNIDAD PRODUCTIVA NO CUENTA CON UNA RAZÓN SOCIAL, DILIGENCIA CAMPO CON "NO APLICA")

CAFÉ TRES JOTAS
Kaffee cotar

5. LA IDEA DE EMPRENDIMIENTO O UNIDAD PRODUCTIVA SE ENCUENTRA EN OPERACIÓN?

SI - CONTINUE
 NO - PASE A PREGUNTA 14

6. FECHA DE INICIO DE OPERACIONES DE LA IDEA DE EMPRENDIMIENTO O UNIDAD PRODUCTIVA:

DÍA	MES	AÑO
<u>01</u>	<u>JULIO</u>	<u>2016</u>

7. 2 MESES DE OPERACIÓN DE LA IDEA DE EMPRENDIMIENTO O UNIDAD PRODUCTIVA:

NÚMERO DE MESES: 20

8. ORGANIZACIÓN: (MARQUE CON UNA X, SOLO UNA (1) DE LAS SIGUIENTES ALTERNATIVAS)

<input type="checkbox"/> 1. SOCIEDAD ANONIMA	<input checked="" type="checkbox"/> 9. PERSONA NATURAL
<input type="checkbox"/> 2. SOCIEDAD EN COMANDITA POR ACCIONES SIMPLIFICADA	<input type="checkbox"/> 10. SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA (SAS)
<input type="checkbox"/> 3. SOCIEDAD EN COMANDITA SIMPLE	<input type="checkbox"/> 11. SIN ANIMO DE LUCRO
<input type="checkbox"/> 4. SOCIEDAD DE HECHO	<input type="checkbox"/> 12. SOCIEDAD COLECTIVA
<input type="checkbox"/> 5. ECONOMÍA SOLIDARIA (COOPERATIVA)	<input type="checkbox"/> 13. SUCURSAL DE SOCIEDAD EXTRANJERA
<input type="checkbox"/> 6. MIXTA	<input type="checkbox"/> 14. UNIPERSONAL
<input type="checkbox"/> 7. ESTATAL	<input type="checkbox"/> 15. OTRO (¿CUÁL?)
<input type="checkbox"/> 8. SOCIEDAD LTDA	

9. ¿DÓNDE SE DESARROLLA SU ACTIVIDAD PRODUCTIVA? (MARQUE CON UNA X, SOLO UNA (1) DE LAS SIGUIENTES ALTERNATIVAS) (NOTA: ESTE DATO SE USARÁ PARA DETERMINAR EL TIPO DE VEHICULO QUE DEBE REGISTRAR)

<input type="checkbox"/> 6. ALLE (AMBULANTE - ESTACIONARIA)	<input type="checkbox"/> 11. VEHICULO PROPIO
<input type="checkbox"/> 7. CAMPO TERRENO PROPIO	<input type="checkbox"/> 12. VIVIENDA DIFERENTE A LA SUYA
<input type="checkbox"/> 8. CAMPO TERRENO ARRENDADO	<input type="checkbox"/> 13. VIVIENDA QUE HABITA
<input type="checkbox"/> 9. CAMPO O CASETA	<input type="checkbox"/> 14. EMPRENDIMIENTO, NO HA INICIADO
<input type="checkbox"/> 10. LOCAL U OFICINA PROPIA	
<input type="checkbox"/> 10. LOCAL U OFICINA EN ARRIENDO	
<input type="checkbox"/> 7. MAQUILA	
<input type="checkbox"/> 8. PUERTA A PUERTA	
<input type="checkbox"/> 9. SATÉLITE	
<input type="checkbox"/> 10. VEHICULO ARRENDADO O PRESTADO	

Apéndice B. Evidencias fotográficas












UNIVERSIDAD LIBRE
UNIVERSIDAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
 FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
 PROYECTO SECRETARÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO DE BOGOTÁ
 ATENCIÓN MERCADOS ITINERANTES - PRODUCTORES

TEMA: ALISTAMIENTO FINANCIERO
 SITIO: CALLE 137 CON AV. 19, BARRIO ALCALÁ
 FECHA: 24 DE FEBRERO DE 2018
 PROGRAMA: _____

No.	NOMBRE DEL PRODUCTOR ATENDIDO	RAZÓN SOCIAL	No. DOCUMENTO/NIT	TELÉFONO	E-MAIL	FIRMA DEL PRODUCTOR
1	<u>W2 Horacio Borso</u>	<u>liberante Cafe</u>	<u>52565664</u>	<u>3208109347</u>	<u>w2horacio2@hotmail.com</u>	
2						
3						

OBSERVACIONES:

NOMBRE DE LOS ESTUDIANTES ASIGNADOS:
 1 Paula Rodríguez
 2 Yesseth Carolina Hoyos

FIRMA DEL ESTUDIANTE:



