

Costos, volumen y utilidades: Incidencia en el desempeño financiero de los negocios de comestibles en una universidad colombiana¹

Farley Rojas Restrepo² & Luis Gonzalo Lopera³

Universidad Católica Luis Amigó- Colombia



Para citaciones: Rojas Restrepo, F., & Lopera, L. (2022). Costo, volumen y utilidad: Incidencia en el desempeño financiero de los negocios de comestibles en la Universidad Católica Luis Amigó. *Panorama Económico*, 30(1), 61-75. DOI: <https://doi.org/10.32997/pe-2022-4209>

Recibido: 6 de mayo de 2021

Aprobado: 12 de agosto de 2021

Autor de correspondencia:
Farley Rojas Restrepo
farley.rojasre@amigo.edu.co

Editor: Andrés Escobar E. Universidad de Cartagena-Colombia.

Copyright: © 2022. Rojas Restrepo, F., & Lopera, L. Este es un artículo de acceso abierto, distribuido bajo los términos de la licencia <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/> la cual permite el uso sin restricciones, distribución y reproducción en cualquier medio, siempre y cuando que el original, el autor y la fuente sean acreditados.



RESUMEN

El desarrollo en América Latina y el Caribe debe pensarse como un problema de restricción externa, donde se han impuesto discursos que impiden cualquier proceso de convergencia con las economías desarrolladas. Por esto, se hace necesario cuestionar los fundamentos teóricos de tales discursos, demostrando que, en su mayoría, han sido controvertidos y declarados inconsistentes; transformando tales posturas en ideológicas y nunca coherentes. Así pues, en este artículo se busca afrontar los desafíos del desarrollo que enfrenta la región a partir de un análisis teórico alternativo que nos acerque a una concepción global de los conflictos socio-económicos del desarrollo y nos permita sostener postulados normativos para contribuir al debate por el desarrollo de nuestras naciones, abogando siempre por políticas de industrialización y de crecimiento vía demanda efectiva.

Palabras clave: Costo; volumen; utilidad; desempeño financiero; pequeñas empresas.

JEL: M10, M40, M41

Costs, volume and profits: Incidence on the financial performance of grocery businesses in a Colombian university

ABSTRACT

The purpose of this article is to analyze the application of the cost volume utility model in the grocery business of the Luis Amigó University, to measure the financial performance of this type of entities that market food in the institution. The research is descriptive, analytical, with a quantitative and documentary approach, based on the case study method and descriptive by the techniques used such as surveys and questionnaires that will allow solid information and knowledge. Results show that the operational profitability is 41.86%, keeping in mind that firms operate as a monopoly in this particular market, which leads to higher profits. It is also important to mention the importance of strategic planning for their operations such as setting production levels to maximize profits. It is

¹ El artículo hace parte del proyecto de investigación: Diagnóstico Contable y Financiero a pymes sector alimentos o puntos de venta universidad Católica Luis Amigó, perteneciente al grupo de investigación Contas, línea de investigación: Contabilidad, ambiente y sociedad, de facultad de ciencias Administrativas, Económicas y Contables, programa de Contaduría Pública.

² MBA con énfasis de Finanzas Corporativas Universidad Viña del Mar de Chile y Contador Público, docente del programa de Contaduría Pública perteneciente al grupo de investigación Contas línea de investigación: Contabilidad, ambiente y sociedad de la Universidad Católica Luis Amigó.

³ MBA con especialidad en proyectos, de la Universidad Viña del Mar de Chile, y Contador Público, docente del programa de Contaduría Pública perteneciente al grupo de investigación Contas, línea de investigación: Contabilidad, ambiente y sociedad de la Universidad Católica Luis Amigó

also necessary to incorporate corporate strategies to guarantee the financial performance and sustainability over time.

Keywords: Cost; volume; utility; financial performance; small enterprises.

INTRODUCCIÓN

En Colombia y en Latinoamérica, la mayor participación en la economía y en la generación de fuentes de empleo esta cimentada en las pequeñas microempresas o empresas familiares (pymes). Este tipo de organizaciones desarrollan procesos productivos y operativos con base en ordenes de pedido que demandan los mercados en forma vertiginosa, con una mano de obra no calificada, con un grado de desarrollo tecnológico e innovador elemental, pero fijan un papel justo en los recursos de las comunidades socialmente con ingresos medios o bajos, factores que influyen en la estabilidad económica de sus círculos de dominio, en general las prácticas mercantiles e industriales y de comercio permiten verificar como la responsabilidad social y empresarial (RSE), están inherentemente relacionadas con el desempeño financiero tal como lo afirman Martínez y Frías (2015) “apoyan la idea de este círculo virtuoso, concluyendo que existe una relación bidireccional entre RSE y desempeño financiero: Donde aquellas empresas que pueden, invierten más en RSE, lo que por añadidura genera un efecto positivo en el desempeño financiero” (p. 21). Teniendo en cuenta que dicho desempeño puede variar según el tipo de compañía y sector al que pertenece según lo expresado por Tupura et al. (2016). En un estudio realizado en los sectores de ropa, energía y madera. Los resultados evidenciaron que la relación RSE y desempeño financiero difiere según la industria.

Es así como este tipo de entidades están ubicadas en sitios distantes de áreas industriales, por lo general funcionan en mercados regionales o locales ocasionando beneficios económicos y sociales a las personas o familias que participan en ellas.

Igualmente este tipo de organizaciones son frágiles a las incertidumbres, económicas, financieras, de competencia que afectan sustancialmente los costos de producción como los materiales, la mano de obra directa e indirecta los costos indirectos de fabricación, la capacidad instalada ociosa; así como el desabastecimiento de insumos, los costos elevados en la importación de materias primas, la imposición de nuevos tributos y fletes en transporte de las mercancías. Así como también la carencia y la incapacidad de algunos administradores, propietarios de este tipo de entidades de gestionar y proyectar sus negocios y su permanencia en el tiempo, por lo que cobra importancia la planificación financiera así como lo manifiestan Morales & Morales (2014)

La planeación tiene como objetivo establecer los objetivos que se desean alcanzar, después de hacer un análisis de la compañía y su interacción con el medio ambiente donde se desarrollan los caminos para alcanzar los objetivos, a esas vías se les denominan estrategias y tácticas (p. 2).

Así mismo es pertinente mencionar que un inadecuado control y aplicación de los procesos contables y financieros en estos negocios genera dificultades para el análisis de la información financiera entorpeciendo el alcance de los objetivos y las metas fijas así como afirma Rodríguez (2010) "por lo general, los problemas de información financiera no son del manejo numérico y específico de la información, si no de la persona que es incapaz de manejar esos números" (p.120).

Adicionalmente es imprescindible revelar que los avances acelerados en estos mercados originados por la globalización de las economías, normas de calidad y producción más exigentes, altos niveles de competencia, exigencias de normas ambientales, altas fluctuaciones en divisas que afectan el suministros de bienes y servicios limitando el esquema de nuevas estrategias para alcanzar los objetivos planeados.

Ante los desafíos mencionados precedentemente, las empresas familiares o pequeñas empresas (pymes). Se enfrentan a unas mayores exigencias, como es la optimización de los costos de producción, procesos productivos, la maximización de los ingresos, emplear personal mejor calificado y un administrador con una visión empresarial innovadora para el logro de sus metas y la permanencia en el mercado, es por eso que en este escrito planteamos la herramienta financiera costo-volumen-utilidad, como un elemento de la planeación financiera y estratégica, para mejorar el desempeño financiero de la entidad y el logro de sus metas y objetivos financieros.

Fundamento teórico

La planeación financiera se convierte en el instrumento ideal para la gestión y proyección de las medianas y pequeñas empresas, por lo que permite enlazar el presupuesto, el plan de negocios de la entidad y sus proyecciones financieras con el propósito de consolidar el desarrollo y el desempeño financiero de este tipo de entidades en el tiempo tal como menciona (Westerfield 2010).

La planeación financiera enuncia la manera en que se van a alcanzar las metas financieras. Por consiguiente, un plan financiero es una declaración de lo que se va hacer en el futuro. La mayoría de las decisiones tiene tiempos de ejecución largos, lo cual significa que su implantación tarda mucho tiempo. En un mundo incierto esto requiere que las decisiones se tomen anticipándose a su realización. Los elementos esenciales en la planeación financiera están fundamentados en el direccionamiento estratégico, los estados financieros, el plan de negocios, plan

de marketing, el apalancamiento operacional y el presupuesto, el cual nos permite medir o evaluar la gestión de la gerencia y sus operaciones. Es ahí donde la planeación financiera se desarrolla como un modelo de dirección estratégica en un mayor nivel. Así como lo esbozan Jiménez, Rojas & Ospina (2013) "un plan financiero se utiliza para poder alcanzar un verdadero éxito financiero. La importancia radica en la correcta identificación de necesidades" (p.141) y las metas que quiere alcanzar la entidad. Los gerentes de las pymes se deben concientizar de la importancia de la planeación financiera como pauta para gestión, dirección, proyección y desempeño financiero del negocio. Así como lo presentan Correa, Ramírez & Castaño (2010)

El proceso de planeación financiera, entendida como una herramienta empresarial que permite la visualización del proyecto empresarial bajo un enfoque global, teniendo en cuenta los diferentes escenarios en donde puede incursionar y los distintos Factores que lo impactan. Dicho en otras palabras, este proceso, es el que permite traducir a términos cuantitativos (financieros) todas las políticas, prácticas y estrategias contempladas en el plan de negocios mediante la modelación financiera, la cual permite la realización de proyecciones y estimaciones financieras, imprimiéndole un carácter estratégico que apunta a la adecuada toma de decisiones (p.186).

También es importante la proyección o estimación de las utilidades. Con el propósito que la gerencia de la entidad pueda calcular las unidades a vender o producir y así mismo asociarle los costos variables y fijos de producción y comercialización a los bienes y productos en el periodo, de igual forma poder determinar si se requiere endeudamiento y el valor del costo financiero, con el fin de identificar la utilidad deseada del negocio. Así como lo presentan Jiménez, & Castaño (2014)

La proyección de utilidades, también es muy útil en todas las áreas para la toma de decisiones sobre el producto, en la determinación de precios, en la selección de canales de distribución, en decisiones de alternativa de fabricar o comprar, en la determinación de métodos de producción alternativos, en inversiones de capital, para obtener el máximo beneficio (p.154).

Dentro de la planeación financiera y como herramienta de apoyo a la gerencia en la optimización de los recursos y proyección del negocio se encuentra con la relación Costo-Volumen-Utilidad que según (Warren, Reeve, & Duchac, 2010) es el examen de las relaciones entre precios de venta, ventas y volumen de producción, costos, gastos y utilidades.

Estos autores plantean la utilidad de dicho análisis para la toma de decisiones administrativas y sugieren algunas de las formas en las que se puede usar dicho análisis, entre las que incluyen:

Tabla 1. Análisis de Utilidades, Ventas, producto y estrategia

Analizar los efectos sobre las utilidades de cambiar precios de venta.
Analizar los efectos sobre las utilidades de cambiar costos.
Analizar los efectos sobre las utilidades de cambiar el volumen.
Establecer precios de venta
Seleccionar la mezcla de productos para vender
Elegir entre estrategias de marketing

Fuente: Tomado de (Warren, Reeve, & Duchac, 2010). p. 138

En la tabla 1 se observan los escenarios posibles que pueden afectar las utilidades de la entidad tanto en precios, como en unidades, en volumen y en estrategias para comercializar los bienes y servicios en el mercado local regional y nacional. Para poder utilizar la relación Costo-Volumen-Utilidad se deben separar muy bien los costos y gastos en fijos y variables, de acuerdo con (Hansen & Mowen, 1996) "los costos fijos son costos que en total permanecen constantes dentro de la escala relevante a medida que cambia el nivel de la base de costos" (p. 45) y "Los costos variables se definen como costos que en total varían en proporción directa a los cambios en la base de costos". (p. 46)

Entiéndase que los costos fijos son aquellos que a nivel total no dependen del volumen de actividad, dentro de un rango relevante, a nivel unitario tienen un comportamiento variable, estos costos permanecen iguales o cambian poco dentro de un período determinado, el ejemplo claro de un costo fijo es el arrendamiento o la depreciación cuando se realiza por el método de línea recta.

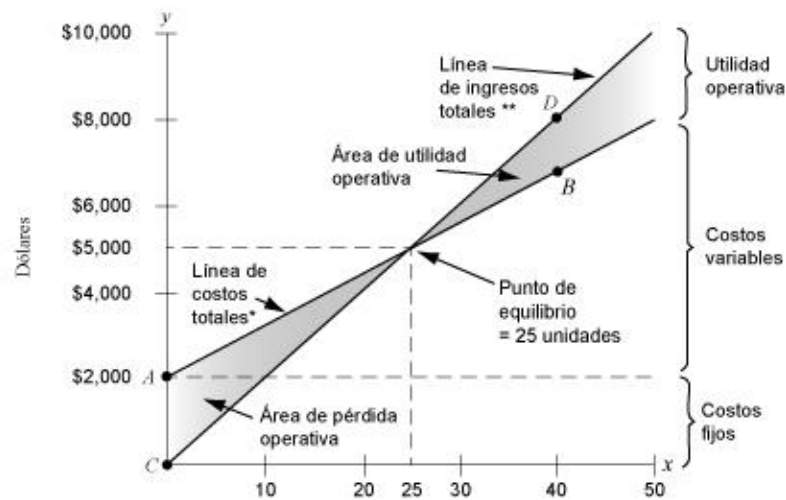
Los costos variables a nivel total dependen del volumen de actividad pero a nivel unitario tienen un comportamiento fijo, en la producción los materiales son un claro ejemplo de este tipo de costos, si lo miramos en los gastos de ventas el ejemplo de este gasto variable es la comisión que se paga a los vendedores ya que el valor total depende del volumen durante un periodo determinado, dicho volumen puede ser las unidades vendidas cuando se paga un valor X por cada unidad vendida o también puede ser el volumen o la cantidad de pesos recaudados, cuando la comisión se paga sobre los recaudos.

Es así como el modelo costo volumen utilidad se convierte en el instrumento de planificación financiera y estratégica en este tipo de entidades, por lo que nos permite identificar los costos y su uso en el proceso productivo en los diferentes niveles operacionales para el control y la toma de decisiones administrativas y financieras.

También es importante incorporar el cálculo del punto de equilibrio como herramienta estratégica, por lo que nos permite evaluar las cantidades o el volumen mínimo de artículos o productos que requiere vender la entidad en

un periodo determinado para no generar pérdidas, pero tampoco utilidades, es decir ingresos igual a costos y gasto. Es así como lo manifiesta Horngren (2007).

Examina el comportamiento de los ingresos totales, de los costos totales, y de la utilidad operativa a medida que ocurren cambios en el nivel de producción, el precio de venta, el costo variable unitario o los costos fijos de un producto. (p. 60).



Fuente: tomado de Horngren (2002, p. 65).

Para el cálculo del punto de equilibrio según Horngren (2002, p. 63-65) se utiliza la siguiente fórmula.

- A. Punto de equilibrio en unidades =
$$\frac{\text{Costos Totales}}{\text{Contribución marginal unitaria}}$$
- B. Punto de equilibrio en pesos =
$$\frac{\text{Costos Totales}}{\% \text{ Contribución marginal}}$$

La fórmula permite hallar las unidades o volumen de ventas mínimo o necesario en la operación del negocio, tanto en cantidades como en pesos. La aplicación de esta herramienta financiera se vuelve importante en este tipo de microempresas, por lo que gran parte del crecimiento empresarial en nuestro entorno surge por el esfuerzo o emprendimiento de grupos familiares y empíricos donde el propósito es comercializar un producto o servicio.

Lo que indica que no se mide el precio de ventas, los costos, el margen de utilidad y por consiguiente la ganancia de la entidad. Donde se puede determinar la rentabilidad de la operación, la rentabilidad de la inversión de los activos y la rentabilidad del patrimonio con el fin de calcular la misión del negocio en el tiempo

y poder realizar un presupuesto o estimaciones financieras entre 3 y 5 años, así como expresan (Horngren, Foster, & Datar, 2002).

Un presupuesto es la expresión cuantitativa de un plan de acción que propone la administración para un período futuro, y es una ayuda para coordinar y poner en práctica el plan. Un presupuesto puede abarcar aspectos tanto financieros como no financieros de estos planes, y actúa como un plan a seguir por la organización en el siguiente período (p. 178).

Por lo tanto el presupuesto se convierte en el instrumento de gestión y evaluación para los administradores de este tipo de entidades con el propósito de poder medir el cometido del negocio y poder realizar diagnóstico de la situación financiera en el período y a la vez realizar los pronósticos o proyecciones financieras que permitan establecer las ventas estimadas, compras de materias primas, gastos de comercialización siempre con el objetivo de cumplir las metas trazadas en el plan financiero.

Tal como lo plantea (Brigham y Houston, 2006) "El análisis financiero es un instrumento disponible para la gerencia, que sirve para predecir el efecto que pueden producir algunas decisiones estratégicas en el desempeño futuro de la empresa". (p. 610) así como es control de inventarios, manejo y control del dinero, ciclo de liquidez y de caja.

Por lo que la rentabilidad está asociada a unas buenas decisiones gerenciales y financieras, siempre en procura de la eficiencia que aporta los activos en el proceso productivo de la entidad en un periodo determinado con un enfoque financiero, para poder medir los márgenes de ganancia del negocio, lo que nos permite medir los resultados de la gestión en forma eficiente y efectiva los recursos económicos, así como los como indicadores de rentabilidad operativa de los activos "ROI" y rentabilidad operativa del patrimonio "ROE" tal como lo manifiesta (Cárdenas y Velasco, 2013). "La sostenibilidad financiera de la empresa está dada por la capacidad para operar y crecer, buscando mantener el equilibrio de sus activos y pasivos en un entorno interno y externo garantizando su rentabilidad y liquidez". (p. 22).

Por último, medir y evaluar el desempeño financiero, mediante la técnica denominada valor económico agregado (VEA). Que se fundamenta en la capacidad que tiene el negocio para generar valor agregado en su operación, es decir flujos de caja favorables después de descontar los impuestos, costos y gastos utilizados en la operación, ya que su objetivo está orientado a aumentar la riqueza de los propietarios e igualmente se asocia a maximizar los ingresos e utilidades de la entidad.

En nuestro medio la gran mayoría de nuestras pequeñas empresas presentan ventas importantes, generan utilidades, pero no generan valor económico agregado para sus dueños o accionistas tal como lo manifiesta García (2003)

Se genera valor, cuando en las empresas los gerentes toman buenas decisiones, las cuales generan una rentabilidad superior al costo de capital, utilizado para financiar el ciclo operativo, si el rendimiento es menor, quiere decir que cada día más valor se destruye y viceversa (p.27).

Por lo que cobra importancia el análisis y la aplicación del EVA para conocer en un momento determinado si el negocio genera o destruye valor en su operación, pero dicho análisis hay que realizarlo en conjunto con la rentabilidad de los activos operativos e inversión "ROI" y la rentabilidad financiera de los socios e inversionistas "ROE", tal como lo manifiesta Ichsani y Suhardi (2015).

Que los ratios como el ROE y el ROI así sean factores de medidores de la rentabilidad no son suficientes para los inversores determinar su volumen de negociación, sino que está dado por otro tipo de factores operativos que arrojan información más precisa y útil de acuerdo a la capacidad de la empresa para generar valor. (p.898).

Por lo tanto las variables macroeconómicas como la inflación, el desempleo, la competencia en el mercado, los impuestos en las pequeñas y medianas empresas del sector de comestibles influyen en su crecimiento y en el desempeño financiero.

Así mismo es trascendental que los microempresarios se concienticen de la importancia de la generación de valor en su operación del negocio, por lo que los conduce a desarrollar unas mayores ventajas competitivas en el mercado local y regional tal como afirman Jiménez & Rojas (2016) "la administración basada en el valor es una estrategia gerencial que puede llevar a la compañía a otro nivel de competencia" (p.113).

Por lo tanto, no se puede olvidar que también la generación de valor está asociada al inductor EBITDA, que mide el volumen de ventas de la entidad versus los gastos y costos de operación que implican salida de dinero sin incluir depreciaciones y amortizaciones y el margen EBITDA que permite evaluar la eficiencia en los ingresos producto de las ventas de la compañía, es decir es un parámetro de desempeño operacional del negocio así como lo indican Jiménez y Rojas (2016)

El Margen EBITDA es un indicador de desempeño operacional que complementa al indicador EBITDA y permite ver la eficiencia de los ingresos por ventas generadas, el resultado expresa los centavos de cada peso

producto de las ventas, que se convierten en efectivo para atender los compromisos de la entidad. (p.107).

Materiales y métodos

La investigación es de tipo descriptiva, analítica, con un enfoque cuantitativo y documental, tal como lo manifiesta (Hernández, Sampieri, Fernández, Collado, & Baptista, Lucio, 2014), "pretende intencionalmente acotar la información, medir con precisión las variables del estudio, tener foco". (p.10). No obstante, el método estudio de caso es descriptivo y exploratoria debido a las técnicas empleadas como son los, cuestionarios y las encuesta que permitieron información y conocimientos sólidos para dar solución al problema.

En este sentido. Se fundamenta que la labor desarrollada fue de carácter práctico con la aplicación de las herramientas de la planeación financiera y la relación costo volumen utilidad; valorando así el desempeño financiero en la toma de decisiones en este tipo de entidades, que propone disminuir la informalidad en la gestión estratégica y financiera que soportan este tipo de organizaciones y las amenazas por el ingreso de nuevos competidores al interior de la universidad; en razón al control que tiene la institución en los precios de los productos y en la incorporación de nuevos establecimientos de estas características.

Bajo este lineamiento se destaca que el establecimiento comercializa comestibles y sus productos estrella son las hamburguesas, los jugos naturales, las salchipapa y las arepas desde hace aproximadamente quince años, que es un negocio de origen familiar y genera empleo formal a siete personas.

En contexto, la metodología utilizada corresponde al método inductivo y se fundamenta en información o teorías financieras que serán aplicadas a la solución del problema que presentan las compañías, de acuerdo con los métodos descritos en (Hernández, 2014).

La modalidad de investigación realizada es de tipo documental, se basa en conceptos teóricos que permiten ampliar diferentes criterios de varios autores y fuentes objetivas, para contribuir al diagnóstico tal como lo afirma (Rivera Godoy & Ruiz Acero, 2011), "donde se inicia con la medición de los indicadores de desempeño financieros, dentro de los cuales se encuentran los indicadores de crecimiento, de eficiencia, de eficacia". (p.115) y sobre la aplicación del modelo de costo volumen utilidad en este tipo de entidades para evaluar su desempeño, sostenibilidad financiera y su importancia en la administración y gestión de este tipo de sociedades.

Los instrumentos empleados facilitaron el testimonio del empresario y su visión empresarial en el manejo de los recursos financieros y si están preparados para

los desafíos de la competencia, la globalización la expansión y el desempeño y la sostenibilidad financiera del negocio en el tiempo, mitigando los riesgos que puedan afectar sus finanzas y la confianza de clientes, empleados y propietarios. En cuanto, a la técnica y el procesamiento de los datos está en caminado a como se utilizará y recolectará la información de dos tipos cualitativa y cuantitativa.

Según, (Sabino, 2007) el análisis cuantitativo se define como "una operación que se efectúa con toda información numérica resultante de la investigación. Esta luego del procesamiento que ya se habrá hecho, se nos presentará como un conjunto de cuadro y medidas con porcentajes y cálculos" (451). Esto facilitará el análisis de variables permitiendo obtener los parámetros adecuados para el desarrollo de la investigación. Para el análisis de la información cuantitativa se requiere una mayor observación y estudio por cuanto se debe conocer con mayor precisión la información financiera y contable.

En nuestro caso la revisión e interpretación de la información financiera se hizo también con base en análisis cualitativos para tener mejores alcances y resultados en la investigación tal como plantea (Tamayo y Tamayo, 2003) "Aplicar instrumentos para la recolección y análisis de datos e información" (p. 59).

Igualmente la investigación hace un acercamiento al análisis formal y la importancia de incorporar elementos y herramientas financieras que permitan a los pequeños empresarios la maximización de los ingresos y la minimización de los costos hacia una mejor competitividad en el mercado nacional y local.

Resultados

El análisis de la aplicación del modelo costo volumen utilidad del negocio de comestibles la frutera de la Universidad Católica Luis Amigó con base en la información contable correspondiente al primer semestre del año 2017, arrojó los resultados que se presentan en las tablas 2 a la 5.

Tabla 2. Datos Generales de los Productos.

Producto	Hamburguesa	Salchipapa	Arepas	Jugos
precio de venta	5,600	3,850	5,000	1,900
costo variable	4,600	1,937	2,855	720
m.c und	1,000	1,913	2,145	1,180
% mc	18%	50%	43%	62%
cantidad mes	2,800	8,970	3,500	12,290
ventas totales (\$)	15,680,000	34,534,500	17,500,000	23,351,000
% participación	30%	30%	20%	20%
mc promedio	300	574	429	236
Costos fijos asignados (40%)	23,075,736			

Fuente: Elaboración propia de los autores con base en la información contable del negocio.

Se relaciona en la tabla 2, la información correspondiente a los productos del negocio, con su precio de venta, costo variable, margen de contribución, ventas totales. Así mismo los costos fijos asignados son un porcentaje del total de costos fijos del negocio. Dicha información se toma como base para la aplicación del modelo costo volumen utilidad. Por lo tanto en la tabla 3, se presenta el punto de equilibrio por cada uno de los productos del negocio correspondiente al primer semestre del año 2017.

Tabla 3. Punto de equilibrio para la mezcla de los productos

Compañía comercializadora comestibles	
Punto de equilibrio para la mezcla Enero a Junio 2017	
Costos fijos totales	23,075,736
MC promedio/und.	1,539
% MC promedio	36.51%
Punto de Equilibrio en unidades	14,995
Hamburguesas	4,498
Salchipapas	4,498
Arepas	2,999
Jugos	2,999
Punto de Equilibrio en pesos	63,203,735

Fuente: Elaboración propia de los autores con base en la información contable del negocio.

En la tabla 3, se observa que el punto de equilibrio para la mezcla de productos es de 14.995 unidades y si se le analiza en pesos se deben obtener ventas de \$63'203.735 para lograr el punto de equilibrio. La distribución por producto se realiza tomando el total de unidades a vender y multiplicándolo por el porcentaje de participación que se presentó en la Tabla 2.

El cálculo del punto de equilibrio, en unidades y en pesos, para cada producto correspondiente al período Enero a Junio del año 2017 se presenta en la tabla 4.

Tabla 4. Punto de equilibrio por producto.

Comercializadora comestibles Punto de Equilibrio por producto				
Concepto	Hamburguesa	Salchipapas	Arepas	Jugos
Costos fijos totales	6.922.721	6.922.721	4.615.147	4.615.147
MC unitario	1.000	1.913	2.145	1.180
% MC	18%	50%	43%	62%
Punto de Equilibrio en unidades	6.923	3.619	2.152	3.911
Punto de Equilibrio en pesos	38.767.236	13.932.292	10.757.919	7.431.169

Fuente: Elaboración propia de los autores con base en la información contable del negocio.

Para el cálculo del punto de equilibrio en el cuadro anterior se considera cada producto independientemente y se observa que la hamburguesa por tener un menor margen de contribución, \$1.000 por unidad, y una mayor participación en

ventas, 30%, es el producto que requiere mayor volumen de ventas y el que menor volumen requiere son las arepas ya que estas presentan el mayor margen, \$2.145 por unidad, y su participación en las ventas es de 20%.

Si se analiza el punto de equilibrio en pesos la hamburguesa sigue siendo la que más ventas debe generar, \$38.767.236, mientras que los jugos son los que requieren menores ventas, \$7.431.169, debido a que su margen de contribución en términos porcentuales es el más alto al ubicarse en 62%. Así mismo es importante observar y analizar el estado de resultados por costeo variable (ver tabla 5).

Tabla 5. Estado de Resultados por Costeo Variable

Estado de Resultados por Costeo Variable					
Comercializadora comestibles					
Enero a Junio de 2017					
	Hamburguesa	Salchipapas	Arepas	Jugos	Total
Ventas	94.080.000	207.207.000	105.000.000	140.106.000	546.393.000
Costo de Ventas (variable)	77.280.000	104.249.340	59.955.000	53.092.800	294.577.140
Contribución Marginal	16.800.000	102.957.660	45.045.000	87.013.200	251.815.860
costos fijos	6.922.721	6.922.721	4.615.147	4.615.147	23.075.736
Utilidad	9.877.279	96.034.939	40.429.853	82.398.053	228.740.124
Rentabilidad operacional	10,50%	46,35%	38,50%	58,81%	41,86%

Fuente: Elaboración propia de los autores con base en la información contable del negocio.

A partir de la tabla 5, se encuentra que el producto que genera mayor rentabilidad son los jugos con un 58.81%, el de menor rentabilidad es la hamburguesa con 10.50% y la rentabilidad consolidada de todos los productos presentados en el informe es de 41.86%. También es importante mencionar que la utilidad en pesos más significativa la generan las salchipapas con \$96'034.939 y la menor utilidad está representada en la hamburguesa con \$9'877.279.

Discusión

Con base en los resultados en esta investigación se evidencia que este tipo de negocios de comestibles, caso de la Universidad Luis Amigó, se convierten en un monopolio por el mercado donde solo hay un oferente y muchos demandantes, lo que está relacionado con una competencia imperfecta, por lo que no hay competidores en ese mercado y los precios son regulados lo que nos conduce a una mayor venta de productos y por consiguiente un aumento en los ingresos del negocio. Así como lo manifiesta Londoño (2003) "las empresas monopólicas disponen de un poder de negociación más alto y están en posibilidad de

generar ganancias a tasas mayores que aquellas de los sectores competidos y de contar con el apalancamiento suficiente para realizar inversiones en otros sectores" (p. 45).

Es decir, en un mercado donde sólo hay un oferente de productos exclusivos y una gran demanda de compradores y donde la clientela está inmersa en ese mercado, existe una alta probabilidad de generar unos altos volúmenes de ingresos y rentabilidades muy favorables, que le permitirán a sus propietarios inversiones en activos, mejoramiento de sus capacidad instalada y modernizar sus procesos productivos en procurar de mejores eficiencias y optimización de recursos, tal como lo expresa (González, Lugo & Zurita, González, 2004) "La existencia de un monopolio o empresa que opera con un poder monopólico sustancial posee costos para la sociedad". (p. 189).

Aunque se trate de una empresa que actué en cierta forma como monopolio tiene una restricción y es la fijación de precios ya que estos están controlados por la universidad, utilizando el análisis del modelo costo – volumen- utilidad la empresa puede planear su utilidad al poder conocer sus ventas para alcanzar el punto de equilibrio y también conocer su potencial volumen de ventas ya que el número de estudiantes que demandan sus productos son muy estables o tiende a ir en aumento.

Conclusiones

Las condiciones en que operan este tipo de negocios, mercado cautivo, precios controlados por la universidad y ofrecer productos únicos llevan a que se descuide la planeación financiera como herramienta para maximizar las utilidades. Adicionalmente, la empresa no utiliza el modelo costo volumen utilidad para evaluar su desempeño financiero. Otra situación que se presenta en este tipo de negocios y que dificulta la planeación administrativa y financiera es la poca educación en estos temas que poseen los dueños de estas sociedades y el alto flujo de liquidez que generan este tipo de organizaciones, en muchos casos esa liquidez constante es confundida con rentabilidad.

También es importante mencionar que este tipo de negocios se caracterizan por sus flujos de caja diarios por las ventas al por menor y al detal y que sus utilidades están relacionados es con los volúmenes o cantidades vendidas en un periodo determinado, es ahí donde estas pequeñas empresas carecen de un direccionamiento estratégico y financiero pertinente y adecuado para garantizar el desempeño y la sostenibilidad financiera en el tiempo. Es así como este tipo de empresas familiares, por su particularidad de las ventas al por menor y al detal, la aplicación de las herramientas financieras como el modelo costo – volumen - utilidad, se convierten en unos aliados de los propietarios en su gestión y toma de decisiones.

Referencias

- Brigham, E. & Houston, J. (2005). Fundamentos de Administración Financiera. (10ª ed.). México: Cengage Learning. Recuperado: <https://www.marcialpons.es/libros/fundamentos-de-administracion-financiera/9789706864314/>
- Cárdenas M, & Velasco B (2014). Incidencia de la morosidad de las cuentas por cobrar en la rentabilidad y la liquidez: estudio de caso de una Empresa Social del Estado prestadora de servicios de salud. Rev. Fac. Nac. Salud Pública 32(1): 16-25.
- Correa, J., Ramírez, L y Castaño, C. (2010). La importancia de la planeación Financiera en la elaboración de los planes de negocio y su impacto en el Desarrollo empresarial. Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión 18, (1), 179-194. Bogotá: Universidad Militar Nueva Granada.
- García, O. (2003). Valoración de Empresas, Gerencia del Valor y EVA. Cali, Colombia: Prensa Moderna Impresores S.A.
- González, Lugo, J., & Zurita, González, J. (2004). El costo social del monopolio de TELMEX en la telefonía fija local. Análisis Económico, XIX (42), 187-197.
- Hansen, D. R., & Mowen, M. M. (1996). Administración de Costos Contabilidad y control. México: International Thomson editores.
- Hernández, Sampieri, R., Fernández, Collado, C., & Baptista, Lucio, M. (2014). Metodología de la investigación (Sexta ed.). México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Obtenido de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Horngren, C., Datar, S., & Foster, G. (2007). Contabilidad de costos. Un enfoque Gerencial (XII ed.). México, DF, México: Editorial Pearson, Prentice Hall (p.60).
- Horngren, Charles. T (2002) Contabilidad de Costos. Pearson Educación. México. Un enfoque gerencial. México: Prentice Hall.
- Horngren, C. T., Foster, G., & Datar, S. M. (2002). Contabilidad de Costos. Un enfoque gerencial. México: Prentice Hall.
- Ichsan, S. Rinta, A. The Effect of Return on Equity (ROE) and Return on Investment (ROI) on Trading Volume, Procedia - Social and Behavioral Sciences, Volume 211, 2015, Pages 896-902. Recuperado el 1 de julio de 2016 <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042815054580>
- Jiménez, J. & Rojas, F. (2016). Aplicación de inductores generadores de Valor para la gestión en microempresas. En-Contexto, 4(5), 113.
- Jiménez, J. & Rojas, F. (2016). Aplicación de inductores generadores de Valor para la gestión en microempresas. En-Contexto, 4(5), 107.
- Jiménez, J.I. & Castaño, N.E. (2014). Herramientas Computacionales como apoyo A la Gerencia en la Estimación del Valor de Financiación para una Utilidad Neta de Capital Deseada. En Desarrollo Gerencial. Revista de la facultad de Ciencias económicas, administrativas y contables. 6(1), 144-168.
- Jiménez, J. I., Rojas, F., & Ospina, H. (2013). La planeación financiera: Un modelo De gestión en las pymes. Faces, 137-150.
- Londoño Correa, D. (2003). Orígenes y Tipología de la Empresa de Negocios Moderna. *AD-Minister*, (3), 41-57.

- Martínez, J., & Frías, J. V. (2015). Relationship between sustainable development and financial performance: international empirical research, *Business Strategy and the Environment*, 24(1), 20-39.
- Morales, A., & Morales, J. (2014). *Planeación Financiera*. México, México: Patria.
- Rivera Godoy, J., & Ruiz Acero, D. (2011). Análisis del desempeño financiero de Empresas Innovadoras del Sector alimentos y Bebidas en Colombia. *Pensamiento y Gestión*, (31) 109-136.
- Rodríguez, J. (2010). *Auditoria Administrativa* (Novena ed.). México: Trillas.
- Sabino, C. (2007). *El proceso de Investigación*. Caracas: Panapo.
- Tamayo, M. Tamayo, M. (2003). *El proceso de la investigación científica*. México: Editorial Limusa. Recuperado. <https://es.slideshare.net/sarathrusta/el-proceso-de-investigacion-cientifica-mario-tamayo-y-tamayo1>
- Tupura, A., Arminen, H., Pätäri, S., y Jantunen, A. (2016) Corporate social and financial performance in different industry contexts: the chicken or the egg? *Social Responsibility Journal*, 12(4), 672-686
- Warren, C. S., Reeve, J. M., & Duchac, J. E. (2010). *Contabilidad Administrativa*. México: Cenage Learning.
- Westerfield, R. (2010). *Fundamentos de Finanzas Corporativas*. México: Edamsa Impresiones.