

MODELO DE COSTOS PARA LAS PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR PANADERO; DEL MUNICIPIO DE FUNDACIÓN (MAG).

Cost model for small businesses in the bakery sector; of the Fundación municipality (Mag).

Fecha: 24 DE MAYO DE 2024

Jorge Armando Márquez Gonzales^{*}
Claudia Patricia Barrios Patiño^{**}
Carlos Daniel Sánchez Andrade^{***}

Resumen

El principal objetivo de este trabajo de investigación es conocer como es el modelo de costos en las pequeñas empresas panaderas del municipio de Fundación Magdalena, por esto reconocemos la importancia que tiene un modelo de costos en el sector productivo de un negocio, en ese sentido la metodología para el desarrollo de esta investigación fue la aplicación de una encuesta, que nos permita determinar si los gerentes administrativos de las panaderías en Fundación Magdalena conocen, aplican o practican dentro de su entidad un modelo de costo; y en caso de aplicar uno debemos determinar si conocen los puntos importantes de estos modelos como son: determinar el precio unitario de un producto, cual es el punto de equilibrio y si dicho modelo le permite conocer la rentabilidad de su negocio de manera clara y precisa. También durante este proceso trataremos de dar respuesta a la interrogante de ¿cuál es el pan más vendido en Fundación?, esta pregunta es importante dentro de la investigación por que nos permite conocer cuál es el pan tradicional que más predomina en este municipio es decir cuál es el más rentable para la producción y venta. El desarrollo de este proceso nos permitió llegar a la conclusión de que los modelos de costo aplicados a las panaderías en Fundación Magdalena, deben estar sujetos a mejoras.

^{*} Estudiante de contaduría pública de la Universidad de Pamplona, Cread Magdalena. C.c. 19.601.263, correo institucional Jorge.marquez@unipmaplona.edu.co

^{**} Estudiante de contaduría pública de la Universidad de Pamplona, Cread Magdalena. C.c.26.880.835 correo institucional claudia.barrios@unipmaplona.edu.co

^{***} Estudiante de contaduría pública de la Universidad de Pamplona, Cread Magdalena. C.c. 1.004.110.030 correo institucional Carlos.sanchez5@unipmaplona.edu.co

Palabras Clave: Modelo de costo, costos pan, Fundación (Mag), Punto de equilibrio, Flujo de caja

Abstract

The main objective of this research work is to know what the cost model is like in small baking companies in the municipality of Fundación Magdalena, for this reason we recognize the importance of a cost model in the productive sector of a business, in that sense the methodology for the development of this research was the application of a survey, which allows us to determine if the administrative managers of the bakeries in Fundación Magdalena know, apply or practice a cost model within their entity; And if you apply one, we must determine if you know the important points of these models, such as: determining the unit price of a product, what the break-even point is, and if said cost model allows you to know the profitability of your business clearly. and precise. Also during this process we will try to answer the question of what is the most sold bread in Fundación? This question is important within the investigation because it allows us to know which is the traditional bread that most predominates in this municipality, that is, which one? It is the most profitable for production and sale. The development of this process allowed us to reach the conclusion that the cost models applied to the bakeries in Fundación Magdalena should be subject to improvements.

Key words: Cost model, bread costs, Fundación (Mag), Breakeven point, Cash flow

Introducción

En el mundo de las finanzas, uno de los principales pilares para la maximización de recursos es sin duda la organización; esto más que todo en las empresa tipo producción de alimentos en masa, en las cuales el transformar una materia prima, en un producto completamente nuevo que sea rico y saludable es una labor rigurosa y detallada; por ello este tipo de organización va de la mano de una sólida estrategia financiera y contable pero para esto es indispensable conocer la realidad de la entidad en cada uno de sus procesos productivos, ya que cada proceso se puede traducir en tiempo y dinero.

En ese sentido, la mejor manera de determinar cuáles son los costos y gastos que tiene una empresa dedicada a la producción de productos alimenticios es conocer y aplicar en gran medida un modelo de costo, para (Figueira, M.: 2011) un Modelo de costos es la representación teórica de un sistema de información contable integrado con métodos y procedimientos referidos al devengado de costos. Tiene como propósito no solo expresar el costo del objeto de la inversión sino, además, suministrar herramientas que coadyuven a la gestión de los entes.

Por esto, desde este proceso investigativo surgió el siguiente tema a investigar “Modelo de costo de una panadería en el municipio de Fundación Magdalena” o como se elaborarán estos productos para determinar el precio de una unidad (un pan), ¿acaso el precio unitario es regulado por el mismo mercado interno del municipio? o de verdad hay una tarea contable y financiera detrás de todo este proceso de producción? Esta serie de interrogantes entre otros despertó nuestra curiosidad en cuanto a lo que requiere económica mente esta clase de negocios para mantenerse en pie en el mercado.

Fundación uno de los municipios más importantes del Magdalena conocido como “la esquina del progreso” tiene un comercio muy activo que está en constante desarrollo tiene un variado grupo comercial de diversos indoles, entre la que se destacan las panaderías, según la cámara de comercio; en el municipio hay registrada bajo el CIIU 1081 (Elaboración de productos de panadería) más de una decena de empresas que se dedican a esta actividad, entre tanta variedad de esta clase de negocios debemos tener en cuenta que ya algunos se destacan; y son reconocidas por los habitantes del municipio por su antigüedad o por su constante innovación en los productos.

Por ello el objetivo general de este proyecto es “Elaborar un modelo de costos, para las pequeñas empresas del sector panadero de Fundación (Magdalena)” para alcanzar este objetivo específico; aplicamos una metodología investigativa cualitativa basado en una encuesta con una serie de preguntas específicas, las cuales nos permitirán abordar de manera profunda y detallada el desarrollo de dicho objetivo. Al realizar un diagnóstico completo de la situación actual de las panaderías de Fundación (Mag), referentes a la aplicación de sus modelos de costos; podemos concluir preliminarmente, que se necesitan mejoras y/o cambios en la forma de aplicar dichos modelos de costos en estas entidades.

1. Problema de investigación

¿Cómo elaborar un modelo de costos, para las pequeñas empresas del sector panadero de Fundación (Magdalena)?

2. Marco teórico

2.1 Sistema de Costos

2.2 Costos

Chambergó 2015) señala que existen diversas definiciones de costos, para algunos autores son los gastos a nivel económico que se realiza al elaborar un bien o servicio. Lo importante está que la determinación del costo por un producto elaborado, permite establecer el precio unitario y precio de venta (es sumar costos y beneficios) del producto y servicio. La palabra costo tiene dos acepciones básicas: La primera puede significar la suma de esfuerzos y

recursos que se han invertido para producir algo útil, por ejemplo, se dice: “Su examen le costó dos días de estudio”, lo que significa que invirtió dos días para poder presentarlo. La Segunda acepción se refiere a lo que se sacrifica o se desplaza en lugar de la cosa elegida: en este caso, el costo de una cosa equivale a lo que se renuncia o sacrifica el objeto de obtenerla, así por ejemplo: “Su examen le costó no ir a la fiesta” quiere expresar que el precio del examen fue el sacrificio de su diversión. El primer concepto, aun cuando no se aplicó al aspecto Fabril, expreso los factores técnicos e intelectuales de la producción, y el segundo manifiesta las consecuencias obtenidas por la alternativa elegida.

Según Bolaños, M. y Andrés, J. (2014), los costos representan abonos que se realizan y son registrados como activos, estos constituyen gastos al momento que generan beneficios futuros. Son valores necesarios que se tienen que realizar para conseguir servicios o bienes, se miden y expresan en la moneda vigente a través de la disminución de los activos o al momento que constituyen pasivos al generar beneficios. Es el sacrificio que se realiza para adquirir un bien o servicio, el costo que genera es con la finalidad de lograr en el futuro un beneficio. La utilización de los beneficios, los costos constituyen en un gasto.

Neumer (2014), refiere que un costo es un sacrificio de valor, erogación o desembolso que realizan las empresas para producir bienes o servicios que se mide en una determinada cantidad expresado en la moneda nacional. Es importante el costo porque facilita información para poder medir el ingreso, es una herramienta de control preciso y general de las operaciones y contribuye a realizar una evaluación del estado financiero de una empresa.

2.3 Gastos

Según Chambergo (2015), Se puede definir como la salida de dinero que realiza una empresa, o persona natural, con el objetivo de administrar adecuadamente un proceso productivo o un negocio, así como también ejecutar las labores de venta, promoción y distribución de los productos manufacturados, los servicios prestados y las mercancías adquiridas para revender. El gasto es un proceso de circulación económica en doble vía, por un lado, egresa dinero y en compensación ingresa en algún momento un producto o servicio concreto, es una contrapartida de servicios y bienes que se ayudan mutuamente en un proceso de producción.

Todo gasto está relacionado con las acciones y operaciones que se realizan para consumir servicios y bienes en la que incurre la empresa para la elaboración de servicios o un producto. Un gasto se origina al momento de realizar la adquisición de una mercadería, amortizaciones, contratación de terceros, depreciación de activos, resguardo de riesgos: insolvencia, créditos, incobrabilidad, morosidad y otros.

2.4 Concepto de contabilidad de costos

Para Pérez de León A. (2013), la contabilidad de costos son componentes que crean información debidamente procesada y sistematizada, se utiliza como una forma de hacer un registro, acumulación, controlar, distribuir, interpretar, analizar y anunciar los costos que incurre en la elaboración de un producto, su distribución y el financiamiento que requiere. Las funciones de la contabilidad de costos son: control de las operaciones y de los gastos,

información amplia y oportuna, y el primordial es la determinación correcta del costo unitario; fijación de precios de venta; normas o políticas de operación o explotación; valuación de artículos terminados, en proceso; determinación del Costo de Producción de lo Vendido; decisión sobre, comprar, fabricar o mandar a maquilar, indicativos para la planeación y control presupuestales, así como de utilidades, básicamente.

Jiménez, J. (2015), señala que la contabilidad de costos es de trascendental valor para gerentes o administradores de una empresa, se debe considerar un uso correcto y claro de los conceptos, definiciones y forma de clasificar los costos, con la finalidad de realizar una adecuada y apropiada aplicación de los costos. Los objetivos de la contabilidad de costos son clasificar, registrar y asignar de forma apropiada cada costo, con la finalidad de determinar cuánto le cuesta a tu empresa producir los artículos y/o servicios que ofrece.

2.5 Estructura de costos

Rincón y Villareal (2014), manifiestan que en toda empresa se debe tener una estructura y organización de costos para realizar un registro sistemático y ordenado de las operaciones que realizan, además de los otros componentes que participan en las actividades de una empresa. En una estructura de costos, el recojo de los datos se debe realizar de manera organizada y sistemática a través de una clasificación seleccionada y descriptiva, como son: mano de obra, materiales, otros. Es importante porque establece criterios para manejar y medir la información a nivel administrativo, para prevenir y realizar las correcciones de las actividades que incurren para lograr eficiencia y calidad en la empresa.

Es importante una estructura de costos por las siguientes razones:

- Suministra información para la planificación y la generación de decisiones, la cual se realiza luego del análisis de los costos
- Se realiza un análisis detallado para establecer el control de costos
- Facilita la elaboración de los presupuestos en las empresas.
- Se usa para facilitar el análisis de los costos

Es importante la estructura de costos porque facilita la elaboración de presupuestos, hay mayor control de costos que se incurren y simplifica el análisis del costo. Es valioso adaptar la estructura de costos para establecer los procedimientos en la elaboración de un servicio o bien en la empresa (Rincón y Villareal, 2014).

2.6 Elementos del costo

Pastrana, A. (2013), indica que en la elaboración de un bien intervienen tres (3) elementos fundamentales: mano de obra directa, material directo y costos indirectos. En el caso de los servicios, solamente tiene dos elementos: mano de obra directa y costos indirectos.

- **Material directo:** Insumos diferentes que se usan para en la fabricación de un producto o servicio; es valorizado, se cuantifica y tiene relación con el bien final producido. Es la unidad de un bien final o servicio que se brinda (Guía, 2016).
- **Mano de obra directa (MOD):** Conformado por los siguientes elementos: salario personal, cargas sociales y laborales, contribuciones directas de acciones diversas y pagos diversos que incurren para la producción de un bien o servicio (Rivero, J. 2015).
- **Costo indirecto de fabricación (CIF):** Son componentes requeridos en la producción de un bien. Es la frecuencia de gastos que se realizan para producir un bien, pero no siempre se identifican, valorizan o cuantifican en la fabricación de un bien o servicio que se brinda. Estos gastos se prorratan en la producción de un bien. Están constituidos por: costos generales, mano de obra indirecta y material indirecto (Rivero, J. 2015).
- **Costo Material Indirecto.** Son aquellos que no se identifican, cuantifican y no se valorizan de forma precisa en la elaboración de un bien o servicio que se brinda. Es difícil conocer con precisión las cantidades de estos materiales que se usan, además que la asignación de un costo puede ser muy bajo o poco en la totalidad del costo del bien (Rivero, J. 2015).
- **Costo de Mano de Obra Indirecta.** Se refiere a salarios, prestaciones y pagos diversos que se hace para contratar personal en la realización de tareas o trabajos puntuales; no hacen labores de secretarías, directivos, gerentes, supervisores, responsables de áreas, entre otros. (Rivero, J. 2015).
- **Costo general de fabricación.** Son gastos que se realizan por diferentes acciones como: mantenimiento, adquisición repuestos menores, vigilancia, seguro de equipos, depreciaciones, servicios públicos, alquileres, impuestos, otros. Se le conoce como el tercer componente del costo (Rivero, J. 2015).

2.7 Sistema de Costos

Flores, J. (2016) señala, que sistema de costos es una forma organizada de obtener información a nivel económico y financiero, está obligado a cumplir técnicas administrativas, procedimientos y normas contables para procesar y analizar datos contables.

Torres, Z. (2014) señala que una empresa siempre es parte de un mercado competitivo, un sistema de costos brinda tranquilidad y seguridad en la elaboración del producto y define la marcha de las empresas en cuanto facilita la toma de decisiones.

López, R. y Marín, A. (2013) refieren que las empresas buscan ser competitivas en el mercado (especial en el internacional), por lo cual es una exigencia tener o adoptar un sistema de costos cuyas características se adecuen al requerimiento de la empresa, así mismo adopta nuevas técnicas de gestión para lograr disminuir los costos y optimizar las decisiones.

Flores, J. (2016), señala que toda empresa debe definir e implementar un sistema de costos según las exigencias operativas, considerando tres elementos básicos, como: especificaciones de la producción de un bien o servicio, forma de procesamiento del costo y periodo que se identifica un costo.

Las empresas están clasificadas según su naturaleza de elaboración de un bien o por el servicio que brinda, por lo cual debe contar con una forma o sistema para registrar los costos y de esa manera conocer los costos que se asignan a cada etapa de la elaboración de un bien o servicio, de esta forma maneja y gestión de forma ordenada los ingresos y egresos, la finalidad es identificar costo por cada bien o servicio y el costo por venta.

La principal función de un sistema o forma de registrar los costos es contabilizar los costos en el proceso productivo, acumulando de forma organizada y sistemática los costos reales e históricos y según ha determinado el plan contable normado y vigente que se adecue a la empresa. El adecuado manejo de los costos es una ventaja competitiva en una empresa y con ella define los márgenes de utilidad que han logrado.

2.8 Clasificación del Sistema de Costos

1. Costos ABC

Martínez J. (2016), señala que un sistema de costos por actividades o ABC, permite distribuir y asignar costos por las etapas y actividades que se ejecutan, las actividades que se realizan para fabricar un bien o servicios y tienen un costo. La finalidad es dar solución al problema de los costos que son estándares. Los costos ABC se fundamentan directamente en las actividades que se ejecutan en las etapas de la fabricación de un bien o servicio, facilita el conocimiento directo de los costos fijos y variables por cada actividad que se ejecutan.

Costos por procesos Benítez y Chávez (2014), señala que este sistema de costos por procesos se utiliza con frecuencia en las empresas que tienen una producción en serie, masiva o estándar de bienes, por ejemplo: servicios básicos, alimentación procesada, empresas prestadoras de servicios, industrias mineras, entre otras.

La característica principal de un sistema o forma de registrar costos es identificar el costo semanal, mensual y anual o según períodos de producción, en donde no se puede identificar el costo de cada unidad, por eso se le llama sistema de costos por procesos porque determina el costo en las etapas, fases o periodos que se establecen para elaborar un producto o servicio.

El costo por procesos maneja un procedimiento en donde se constata que en uno o diversos procesos logran modificar la materia prima en bien o servicio finalizado, teniendo en cuenta que esta producción es frecuente y en cantidades altas, no se interrumpe y solamente se conoce el costo / precio unitario al finalizar el proceso.

2. Costos por órdenes de producción

Gallardo, J. (2013) señala que los costos por órdenes de producción son usados siempre en las empresas que realizan producción por lotes, diversas y con interrupciones, trabajan sobre la base de pedidos. Consiste en contar con una hoja para registrar los componentes del costo, al finalizar la elaboración del bien, recién se conoce el costo unitario y total en forma detallada.

Este sistema o forma de registrar el costo se realiza a través de órdenes concretas que se realizan en la producción, se controla a través de hojas de costos en donde se registra en detalle los componentes del costo con la finalidad de saber de forma real el costo unitario en la elaboración de un bien, es decir, conocer cuánto costó la producción por cada unidad, esto se determina haciendo una división de todos los pedidos u órdenes que participan en el costo de producción general que se obtiene en las órdenes de producción.

3. Metodología

3.1 Tipo de investigación

En cuanto al tipo de investigación esta se hará bajo la recolección de datos en las diferentes panaderías que se encuentren en el municipio de fundación magdalena, por tanto la metodología a utilizar será la cuantitativa ya que a través de ella se pueden obtener resultados por medio del análisis matemático y estadístico, el método cuantitativo de acuerdo con los autores Hernández, Fernández y Baptista (2010) manifiestan que usan la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías, además señalan que este enfoque es secuencial y probatorio.

3.2 Diseño de investigación

En el diseño a utilizar en esta investigación se aplicara una encuesta tipo cuestionario con preguntas puntuales y cerradas estará conformada por 6 preguntas donde los diferentes panaderos darán su opinión sobre; ¿Cuál es el productos que más venta tienen en el área comercial?, ¿Qué método de costo utilizan para su fabricación? , si saben cuanta ganancia obtiene por cada producto vendido, si conocen el punto de equilibrio de un producto, entre otras; el encuestado tendrá que pertenecer a la parte administrativa de la panadería ya que estos son los que cuentan con la información necesaria para el buen desarrollo de la encuesta. Según sus respuestas; se

determinará la importancia de llevar una buena contabilidad y que modelo de costo debe emplearse en esta clase de negocios.

Muestra

Para la muestra se escogieron 10 panaderías de las 43 que se encuentran activas en el municipio de Fundación, en los sectores más concurridos por la población los cuales se localizan en sitios estratégicos y donde hay disponibilidad de diversos productos y precios para el consumidor, al igual que por la fácil accesibilidad que tienen estos lugares, haciéndolos más atractivos por los habitantes a la hora de comprar dicho producto; dentro de esta pequeña muestra se encuentran a su vez divididas en dos tipos de panaderías, por un lado tenemos 5 panaderías que su actividad comercial es la producción y venta de panes; mientras las otras 5 panaderías a pesar que hacen y venden panes estas tienen otra clases de productos a la venta tipo misceláneas, estos dos grupos fueron escogidos para un mayor enriquecimiento investigativo.

3.3 Instrumento de recolección de datos

El principal instrumento que se utilizara para el desarrollo y resolución del objetivo, es aplicar una encuesta tipo virtual, las encuestas virtuales nos permite, presentar una información de manera clara y detallada de las respuestas, ya sea: con gráficos de barras o tablas porcentuales entre otros; además también nos brinda conclusiones precisas del publico encuestado, lo cual la hace un gran instrumento para el desarrollo de esta investigación, de igual manera la aplicación de una encuesta virtual es de fácil acceso para las personas encuestadas y les brinda una mayor comodidad.

3.4 Análisis de la información

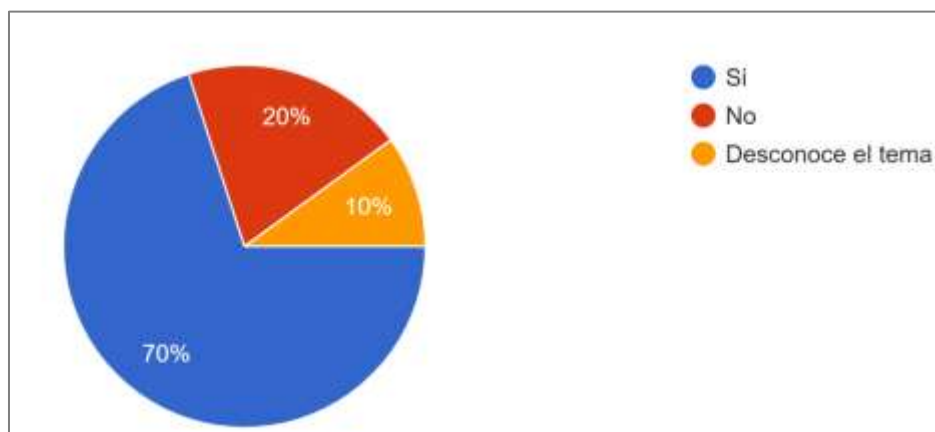
La recolección de los datos expresada por la encuesta; nos permite ahora realizar una análisis cualitativo y cuantitativo de cada una de las preguntas aplicadas, para el desarrollo del objetivo principal de este proyecto, en ese sentido hay que recalcar que las preguntas pueden expresarse como una sola unidad cuya función principal en esta tarea investigativa es determinar, si el personal de las panaderías de Fundación o la misma entidad, manejan o reconocen la importancia de un modelo de costo dentro de su actividad comercial.

4. Resultados de investigación

4.1 Resultado 1

Después de la participación de 10 panaderías oriundas del municipio de Fundación (Mag); en la aplicación y desarrollo de la encuesta, lo cual nos permite entender como es la relación de las panaderías con los modelos de costos; de esta manera podemos según la respuesta dadas por lo panaderos de Fundación (Mag), determinar en el gráfico 1 si estas empresas aplican o no un modelo de costos, o por lo menos si lo conocen y como es su interacción con él.

Grafica 1. ¿En su panadería lleva algún método o sistemas de costos para la elaboración del pan?

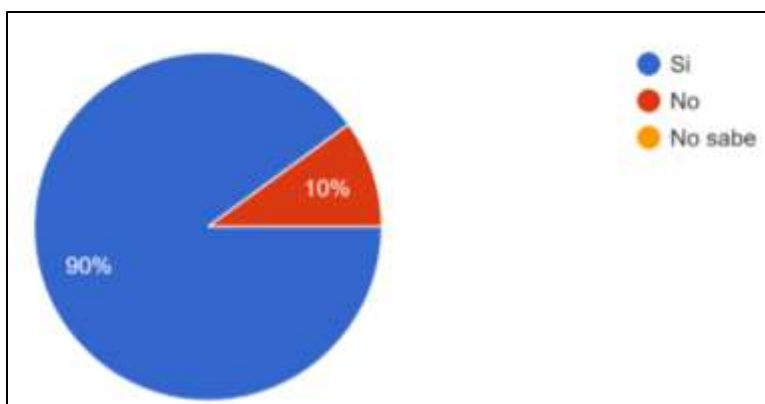


Elaborado por los autores. 2024

De acuerdo a la información suministrada por los panaderos del municipio; podemos notar un claro conocimiento de que es un modelo de costo; solo el 1% de los panaderos, es decir; 1 de cada 10 panaderos en el municipio no conoce que es un modelo de costo, además otro 20% no tiene un modelo de costos dentro de su actividad comercial; es decir 2 de cada 10 panaderías si bien conocen que es un modelo de costo pero no lo aplican en su proceso productivo.

Esta pregunta como la numero 1 va dirigida a conocer la percepción que tiene la administración en estas entidades económicas dentro de su proceso de producción, recordemos que un modelo de costo nace conociendo y comprendiendo cada una de las tareas que conlleva hacer un solo pan, en ese sentido hay que destacar que solo el 70% de las panaderías encuestadas conocen de manera sistemática su proceso de producción esto en base a que cuentan con un modelo de costo propio.

Grafica 2. ¿Sabe todos los gastos incurre a la hora pan?

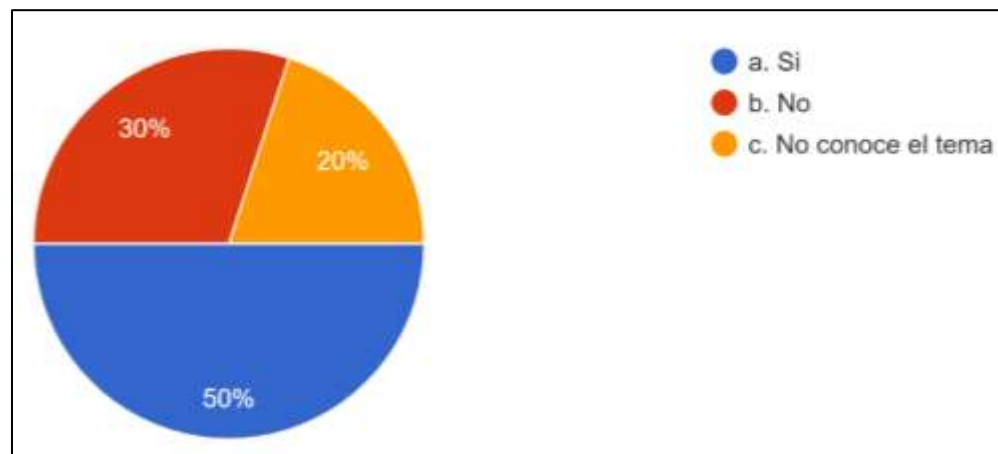


usted cuales son en los que se de elaborar un

Elaborado por los autores. 2024

Siguiendo la misma vertiente del punto anterior que para conocer un modelo del costo se debe reconocer cuáles son sus costos y gastos; ahora en esta pregunta que va dirigida directa mente a esta parte en específico tenemos que: el 90% de las panaderías en Fundación (Mag), SI conoce cuales son todos sus gastos en los que estos incurren a la hora de hacer un pan; lo cual relacionado con la pregunta anterior nos muestra que del 30 % (ósea 3 panaderías) solamente 1 de esta no conoce cuales son los gastos en su actividad comercial y esto se debe a que no conoces cuáles son sus gastos en su proceso de producción. Lo que nos deja un buen balance general.

Grafica 3. ¿Sabe usted que es punto de equilibrio y cuánto debe vender para no perder la inversión en cada pan producido?



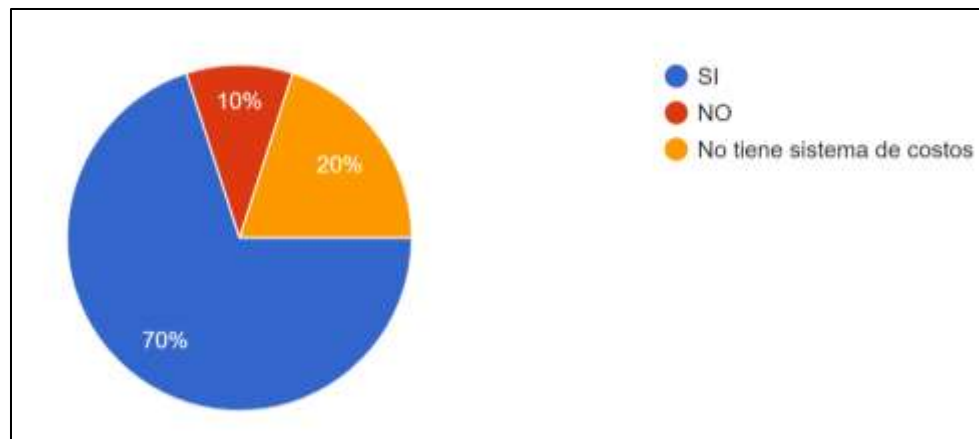
aborado por los autores. 2024

Otro beneficio importante que nos brinda un modelo de costo, es el punto de equilibrio; este es básicamente clave ya que es la meta mínima que debe tener una panadería o negocio del sector productivo, como su nombre lo indica un punto de equilibrio es ese punto donde las unidades vendidas ni generan ganancias ni genera pérdidas, es decir la entidad vende lo necesario para seguir en funcionamiento. Teniendo en cuenta lo anterior mente expuesto la encuesta realizada nos muestra que solo el 50 % sabe que es punto de equilibrio esto nos quiere decir que solo 5 de

las 10 panaderías conocen cuál es la cantidad de panes que deben vender en un mes para no generar pérdidas ni ganancias.

Por otro lado, el 30 % de los encuestados no sabe cuál es su punto de equilibrio, mientras el 20% de los encuestados si desconocen por completo el tema lo cual genera cierto conflicto investigativo; porque muchas de estas entidades llevan un largo tiempo dentro del comercio municipal y aun así no conocen el punto de equilibrio de su negocio; otro punto a tener en cuenta es que 2 de las entidades (*Grafica 1*) que tienen un modelo de costo, no conocen cuál es su punto de equilibrio es decir su modelo de costo está incompleto.

Grafica 4. ¿Su sistema de costos le garantiza conocer la utilidad de su negocio?

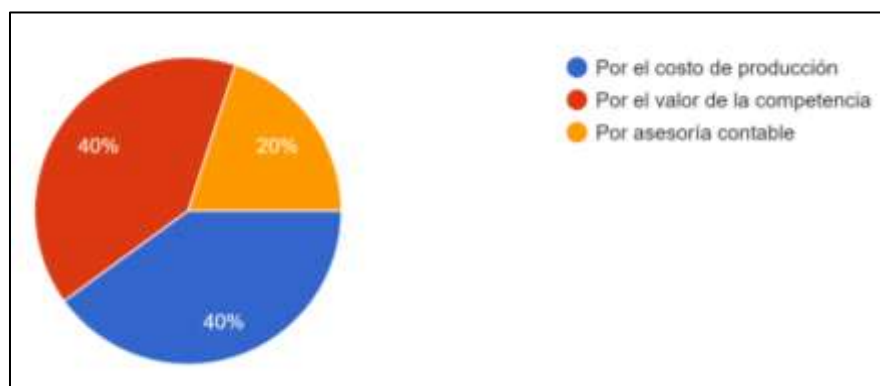


Elaborado por los autores. 2024

A la pregunta de si el sistema de costos que aplican le garantiza conocer de manera precisa y clara las utilidades de la entidad económica tenemos un reafirmamiento de la información encuestada en la primera pregunta (*Grafica 1*) de este proyecto, solo el 70% que aplica y tiene un modelo de costos que les da la seguridad de conocer como es la utilidad que se está generando mes a mes en su entidad.

Mientras un 10% nos afirma que su sistema de costo o no lo aplican correctamente o no les brinda información completa; ya que este no sabe de manera clara y precisa cuál es la utilidad generada en un periodo a través de dicho modelo. Por otro lado, tenemos un errático 20% que nos confirma que no tiene un sistema de costos lo cual nos lleva a preguntarnos ¿Cómo saben estas empresas cuanto están ganando en un periodo productivo?

Grafica 5. ¿Cómo define el precio del pan para la venta al público?



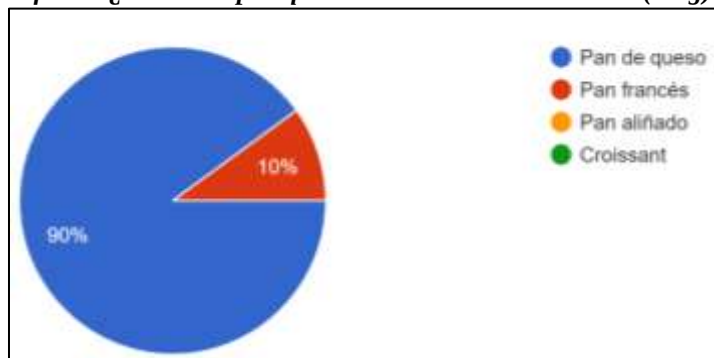
Elaborado por los autores. 2024

Por último, en el modelo del costo refiere, llegamos a la pregunta más importante que es ¿cómo estas entidades panaderas determinan el precio del producto? Esta pregunta es de mucho peso investigativo ya que recordemos que una de las principales funciones que tiene el modelo de costo, es que nos permite conocer cuanto gastamos en producir un producto y en base a ello se puede determinar cuánto se espera ganar (utilidad) en una unidad y este proceso nos da el valor unitario.

Fuera de toda expectativa, tenemos que solo el 40% de las panaderías encuestadas basan sus precios en el modelo de costos, recordemos que el 70% (*Grafica 1*) de las panaderías encuestadas que tienen modelo del costo, el otro 30% a pesar de tener un modelo de costo este no es el que determina el valor unitario sino este es determinado por una fuente externa de información. Lo que nos hace pensar ¿Qué está pasando realmente con estos modelos de costos? Y que función están cumpliendo dentro de las entidades.

Por otro lado, tenemos que el 40% determina el valor de una unidad producida por el precio del mercado, lo cual claro riesgo que tienen estas entidades ya que si no hacen el proceso exactamente igual a otras panaderías podrían estar perdiendo recursos. El otro 20% de encuestados nos afirman que determinan el precio por asesoría contable, lo cual se considera que es bueno, pero tiene sus riesgos; recordemos que el mercado está en constante cambio y la inflación es muy volátil, lo que puede generar que estos panaderos deban incurrir constantemente a asesores externos para fijar precios a sus productos.

Grafica 6. ¿Cuál es el pan que más se vende en Fundación (Mag)?



Elaborado por los autores. 2024

Según la opinión unánime de los encuestados el pan más vendido y con más aceptación para los habitantes de fundación es el pan de quesos con un total del 90% de votos. En el sector panadero de Fundación Magdalena a pesar que se producen variedades de panes. Esta investigación arroja que este es el pan con más demanda por los consumidores; lo cual, nos lleva a deducir que este producto debe ser el más controlado en temas de costo de producción; es decir por ser el pan más rentable en ventas del mercado las entidades deben tener muy claro todo el costo de producción que incurren al elaborar una unidad.

Pero esto solo se puede lograr con la implementación de un buen modelo de costo, como ejemplo para determinar un modelo de costo del pan de queso, los panaderos deben determinar los gastos unitario de producción esto se logra a través de un claro reconocimiento de: su materia prima, su mano de obra y sus costos indirectos de fabricación e incluir los costos, que vendrían siendo esas erogaciones de dinero que no van incluidas directamente en un pan si no en todo el lote producido como lo son: las prestaciones sociales, depreciación, etc. Y a este resultado sumarle el porcentaje de utilidad que espera obtener, luego de esto tomar los costos fijos y dividirlos entre el margen de contribución que es lo que se espera ganar por cada unidad de pan y este resultado nos da las cantidades que se deben vender para tener un punto de equilibrio en el negocio. Partiendo de este resultado el negocio podrá determinar cuántos panes debe producir y vender para tener una rentabilidad positiva.

Considerando los aportes teóricos de Hargadon, b. (2008), Tejera, I. (2011), Tawfiq, L. (2010), entre otros, sobre sistema de registrar costos por proceso, permite realizar un análisis detallados de los procesos de producción en una empresa, pero se puede evidenciar que las empresas, en su mayoría, no cuentan con un sistema o forma de registrar los costos, solamente realizan un registro empírico de sus gastos a través de los comprobantes de pago y el registro de sus ventas, información referencial para poder realizar las declaraciones y pagos de impuestos ante la DIAN.

Conclusiones

Después de un extenso desarrollo en la investigación y desarrollo del objetivo principal de este proyecto estudiantil, podemos concluir lo siguiente:

Para empezar, podemos notar que las panaderías de Fundación si entienden su proceso productivo a detalle, esto porque casi el 100% de los encuestados nos confirman que, si conocen sus costos de producción, pero que a pesar de eso no tienen una manera de comprender su modelo de costos, por ello muchos, aunque tiene un modelo (de costos) determinan sus precios

en base a su mercado comercial. Lo cual nos indica que estos procesos de la elaboración de costos son desarrollados por contadores, que su trabajo se limita a solo hacer dichos modelos; y no capacitan a los gerentes para que comprendan la función y herramientas que brinda un modelo de costos a una entidad.

En base a lo anterior, podemos denotar que a pesar de que las personas encargadas de la administración de las panaderías en Fundación Magdalena; dicen conocer el punto de equilibrio de sus negocios esto realmente no es del todo cierto ya que; a la hora de aplicación de la encuesta a muchos toco explicarles que era, lo cual muestra un gran campo de actividad laboral para los nuevos contadores en estos mercados, recordemos que conocer el punto de equilibrio de una entidad les permite a los panaderos tener una idea de cómo va la operación de su negocio, porque el superar dicho punto de equilibrio en un mes solo se puede traducir en utilidades. Por ello concluimos que además de enseñar la aplicación y uso de un modelo de costos, se debe especificar y detallar la importancia y función de un punto de equilibrio dentro de un negocio productivo.

Por otro lado, este trabajo investigativo permite de manera contundente, conocer que a pesar de la importancia de aplicar un modelo de costos en un proceso productivo de un negocio, muchas veces las entidades ya consolidadas en el mercado no lo tienen o lo aplican de manera empírica; lo cual muestra una de las principales causas de quiebra de estos negocios del sector productivo en un tiempo prolongado, esta realidad no solo está constituida en las entidades panaderas de Fundación Magdalena sino que se puede estar desarrollando en todo el territorio nacional, lo cual muestra una clara necesidad de intervención y mejora de las practicas financieras y/o contables de los futuros contadores a nivel nacional.

Recomendaciones

Se sugiere a los participantes del sector panadero de Fundación Magdalena asesorarse e implementar un sistema o modelo de costo que les pueda garantizar la sostenibilidad del negocio; Fundación cuenta con personal capacitado y calificado en materia de contabilidad y costos a los cuales les puede interesar organizar un modelo de costos específico para el sector panadero y así las pequeñas empresas de Fundación tengan mejor garantía a la hora de conocer si su negocio es rentable.

Se sugiere a los Administradores / Propietarios y personal en general que participen y desarrollen procesos de capacitación para conocer aspectos teóricos y prácticos sobre proceso productivo en panadería, sobre todo en: sistema o modelos de costos, aspectos administrativos y contable, técnicas y procedimientos para la producción de pan, entre otros, es necesario que el modelo de costo sea ejecutado de manera eficiente siguiendo las pautas de producción de las panaderías: mesclar y amasar, dividir, pesar y cortar la masa, bolear y moldear, hornear, distribuir y vender; registrando los costos incurridos como: costos de materiales que ingresan, costo materiales

usado, costos artículos producidos y vendidos y, los elementos del costo por proceso: materia prima e insumos, mano de obra, tiempo de producción, producto terminado, costos indirectos, para mejorar el margen de utilidad.

De igual manera se recomienda replicar este trabajo investigativo a otras empresas del mismo sector productivo en Fundación (Mag), y otros municipios del país. Esto para fortalecer la información financiera de nuestras regiones a nivel nacional, porque este tipo de trabajo permite conocer a ciencia cierta la realidad contable y financiera de un pequeño negocio de tipo productivo, recordemos que a nivel nacional son muchos. Además, este tipo de investigación despierta a los futuros contadores de una región, ya que tienen una idea en que campos pueden aplicar sus conocimientos y cuáles son las posibles falencias en estos negocios.

Referencias

- Benítez y Chávez (2015). *“El sistema de costos ABC y su incidencia en la rentabilidad de la empresa de calzados RIP LAND S.A.C”* Tesis de Grado. Universidad Privada Antenor Orrego. Trujillo – Perú obtenido de https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12759/991/BENITES_CECILIA_SISTEMA_COSTOS%20ABC_RENTABILIDAD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Bolaños, M. y Andrés, J. (2014). *Diseño del sistema de costos por órdenes de producción, aplicando la metodología de costeo tradicional, para la empresa grupo Destaka Tu Marca SAS, del sector comercial de publicidad de la ciudad de Cali.* Tesis de Grado. Universidad del Valle. Cali, Colombia. Obtenido de <https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/server/api/core/bitstreams/65f9a99b-151e-495a-ad69-6b7f9ae05a50/content>
- Caisaguano y Zapata (2017) *Método de costos por órdenes de producción y la incidencia en la rentabilidad en la empresa Santa María de Limache, dedicada al cultivo de brócoli, Cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi* Tesis de Grado Universidad Técnica de Cotopaxi. Ecuador. Obtenido de: <https://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/3757/1/T-UTC-0204.pdf>
- Chambergó, I. (2014). *Contabilidad para la toma de decisiones.* Perú: Instituto Pacífico.
- Duquesa, (1 de enero de 2022) *¿Cuáles son los costos de una panadería?* Obtenido de <https://duquesa.com.co/costos-panaderia/>
- Figueira, M.: *"Modelos de costos"* en Observatorio de la Economía Latinoamericana N° 146 marzo 2011. Accesible a texto completo en <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ar/>

- Flores, J. (2016) Finanzas aplicadas a la gestión empresarial: Teoría y práctica. Lima: Centro de Especialización en Contabilidad y Finanzas.
- Gallardo, J. (2013) “Propuesta de un Sistema de Costos por Órdenes de Producción para la Fábrica de Muebles Modulares Gallardo-Mogal”. Tesis de Grado. Escuela Politécnica del Ejército. Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/handle/21000/6256>
- Hernández, Fernández y Baptista (2010) *Metodología de la investigación* C.P. 01376, México D.F. Obtenido de <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Hoyos, O. (2017). *Contabilidad de Costos I. Manual Autoformativo* Perú: Universidad Continental. Obtenido de https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/4256/1/DO_FCE_319_MAI_UC0131_2018.pdf
- Jiménez, J. (2015) *Disminución de los costos de producción de conservas de atún optimizando el uso de vapor*. Tesis de pregrado. Universidad Nacional de Trujillo. Obtenido de: <http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/8217/Tesis%20DoctoradoX%20-%20Juan%20Jim%C3%A9nez%20Bellasmil.pdf?sequence=1>
- López, R. y Marín. A. (2013) “*Diseño de estrategias de gestión de inventario y Merchandising para el comisariato “La Dolorosa” de la Ciudad de Milagro*”. Tesis de Grado. Universidad Estatal de Milagro. Cuenca. Ecuador.
- Martínez, J. (2016), “*Aplicación del sistema de costo por órdenes de producción y su incidencia en la rentabilidad de las empresas del sector industria alimentaria del distrito de Villa María del Triunfo, en el año 2016*”. Tesis de Grado. Universidad César Vallejo. Lima. Perú. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/3022/Martinez_GJS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Mío Llacsahuanga Herling Yovani (2021). *SISTEMA DE COSTOS EN LA PANADERÍA “MI LUCHITO” Pimentel* - Perú: Universidad Señor de Sipán. Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/8125>
- Mosquera, M. (2013) *CALCULO POR ÓRDENES DE PRODUCCIÓN, PARA LA EMPRESA PANADERÍA “LA TERCERA” EN SANTANDER DE QUILICHAO, CAUCA*. Tesis de Grado. Universidad del valle. Cauca. Colombia. Obtenido de <https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/server/api/core/bitstreams/6563801a-83d7-4a87-b702-9ead62c06271/content>
- Pastrana, A. (2013) *Contabilidad de Costos*. El Cid Editor. Recuperado en: <https://es.scribd.com/document/343539632/Contabilidad-de-Costos-AdolfoJose-Pastrana-Pastrana>

Pérez de León A. (2013) *Contabilidad de Costos*. Editorial MC. Graw Hill, México. Recuperado en <https://noxservices.files.wordpress.com/2015/09/clase-6-libro-contabilidad-de-costos.pdf>

Rincón, C. y Villareal, F. (2014) *Contabilidad de Costos I. componentes del costo con aproximaciones a las NIC 02 Y NIIF 08*. Ediciones de la U. Obtenido de <https://vlex.com.co/vid/personal-821487653>

Rivero, J. (2015) *Costos y presupuestos. Retos de todos los días*. 2da Edición. Universidad Aplicada de Ciencias Aplicadas (UPC). Lima, Perú. Obtenido de <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/566978/Costos%20y%20presupuestos.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Torres, Z. (2014). *El origen de la contabilidad a través del tiempo*. Recuperado en: <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/5496>