



Análisis de los costos ocultos como herramienta de gestión para los comerciantes de frutas de la
PH Central de Abastos de Villavicencio.

Sharon Shirley Márquez Moreno, ID: 552718

Geidy Yudi Marta Anzueta, ID: 636126

Any Alejandra Pérez Castrillón, ID 600465

Corporación Universitaria Minuto de Dios, UNIMINUTO

Rectoría Regional Orinoquía

Sede Villavicencio (Meta)

Programa Contaduría Pública

Mayo de 2023

Análisis de los costos ocultos como herramienta de gestión para los comerciantes de frutas de la
PH Central de Abastos de Villavicencio

Sharon Shirley Márquez Moreno, ID: 552718

Geidy Yudi Marta Anzueta, ID: 636126

Any Alejandra Pérez Castrillón ID 600465

Trabajo de Grado Presentado como requisito para optar al título de Contador Público

Asesor

Eduin Carmona Trujillo

Especialista

Corporación Universitaria Minuto de Dios, UNIMINUTO

Rectoría Regional Orinoquía

Sede Villavicencio (Meta)

Programa Contaduría Pública

Mayo de 2023

Dedicatoria

Le dedico el resultado de este trabajo principalmente a Dios quien ha sido mi guía en este arduo caminar, a mi madre por su apoyo constante, por ser el pilar de mi vida, a mi pareja quien me alentó a no rendirme, a mi empeño y perseverancia sin lo cual no habría culminado este proyecto.

Any Alejandra Pérez Castrillón.

A las personas más grandes que mi Dios me puedo entregar, mis padres gracias por formarme con buenos valores y hábitos e iluminarme a seguir adelante con este gran proyecto son los que me dan las fuerzas para luchar y poder lograr unos de mis más anhelados proyectos que es terminar mi carrera como contadora pública.

Geidy Yudi Marta Anzueta

Dedico de manera especial a mi hija que es mi mayor motivación A mis padres que me formaron con buenos valores y principios y mostrarme el camino de la superación, a mi esposo que me brindó su apoyo incondicional su amor y comprensión y a Belinda forero por estar presente en cada momento

Sharon Shirley Márquez Moreno

Agradecimientos

Agradecemos primeramente a la corporación universitaria minuto de Dios quien nos acogió en este proyecto, a sus docentes que con dedicación y empeño nos brindaron sus conocimientos para lograr este objetivo.

Agradecimiento de manera especial a nuestros asesores el docente Eduin Carmona Trujillo quien con su apoyo, motivación y sabiduría supo direccionar nuestros conocimientos para culminar este proyecto, así mismo a nuestro primer asesor el docente Javier Torres quien fue nuestro guía en el desarrollo y culminación de proyecto de grado.

Al concluir esta etapa nuestra gratitud infinita a cada una de las personas que caminaron de nuestro lado y siempre fueron apoyo e inspiración en la construcción de este sueño llamado contadoras públicas.

Contenido

Resumen.....	1
Abstract.....	2
Introducción	3
CAPÍTULO I	4
1 Problema y objetivos	4
1.1 Problema	4
1.1.1 Planteamiento del problema.....	4
1.1.2 Formulación del problema	6
1.2 Objetivos.....	6
1.2.1 Objetivo general	6
1.2.2 Objetivos específicos.....	6
CAPÍTULO II.....	7
2 Justificación.....	7
CAPÍTULO III.....	9
3 Marco referencial.....	9
3.1 Antecedentes	9
3.2 Marco teórico.....	11
3.2.1 Gestión contable y de información financiera.....	11
3.2.2 Los Costos	12
3.2.3 Clasificación de los costos	12
3.2.4 Contabilidad de costos	13
3.2.5 Diferencias entre costos y gastos	13
3.2.6 Los costos ocultos	13
3.2.7 Ventajas del reconocimiento de los costos ocultos	14
3.3 Marco conceptual.....	14
3.4 Marco legal	16
3.5 Marco geográfico	16

3.5.1	Departamento del Meta	16
3.5.2	Villavicencio Meta	17
3.5.3	Central de Abastos de Villavicencio PH	17
CAPÍTULO IV.....		19
4	Metodología.....	19
4.1	Tipo y enfoque de investigación	19
4.2	Población y muestra.....	19
4.3	Técnicas e instrumentos de recolección de información	20
4.3.1	Fuentes de información primaria.....	20
4.3.2	Fuentes de información secundaria	20
4.4	Procedimientos.....	20
CAPÍTULO V.....		22
5	Resultados.....	22
5.1.1	Cargo del preguntado	22
5.1.2	Nivel escolar del preguntado.....	23
5.1.3	Tiempo de comercialización del negocio de frutas	24
5.1.4	En su negocio ¿cuáles de las siguientes modalidades de contratación de personal se dan?	25
5.1.5	Sobre los pagos por jornales.....	26
5.1.6	Sobre pagos anuales por contribuciones y afiliaciones.....	30
5.1.7	Sobre pagos del canon de arrendamiento mensual.....	31
5.1.8	Sobre aprovechamiento del área del local donde funciona el negocio	33
5.1.9	Sobre los pagos mensuales por costo de energía eléctrica	34
5.1.10	Sobre los pagos mensuales por acueducto y alcantarillado.....	38
5.1.11	Sobre pagos por costos de telefonía móvil.....	40
5.1.12	Sobre costo debido a deterioros por mermas y desperdicios	42
5.1.13	Sobre costos diversos mensuales.....	45
5.1.14	Sobre pagos por costos de mantenimientos.....	46
5.1.15	Sobre pagos por costos de transportes.....	48
5.1.16	Análisis integrador temático.....	50
CAPÍTULO VII		54

7 Conclusiones.....	54
CAPÍTULO VIII.....	56
8 Recomendaciones	56
Referencias bibliográficas.....	58
Anexos	61
RAE: Resumen Analítico en Educación	67

Lista de Tablas

	Pág.
Tabla 1. <i>Diferencias entre costos y gastos</i>	13
Tabla 2. <i>Respuestas a cargo entrevistado</i>	22
Tabla 3. <i>Respuestas sobre nivel de escolaridad entrevistado</i>	23
Tabla 4. <i>Respuestas tiempo de comercialización</i>	24
Tabla 5. <i>Respuestas a valor jornales mensuales</i>	26
Tabla 6. <i>Respuestas a frecuencia con que se deben asumir costos por jornales en su negocio</i> ..	27
Tabla 7. <i>De la intensidad horaria del personal contratado, ¿qué porcentaje es estimado de tiempo ocio</i>	27
Tabla 8. <i>Relación de la intensidad horaria con los costos ocultos por jornales</i>	28
Tabla 9. <i>Distribución de los pagos por jornales mensuales</i>	29
Tabla 10. <i>Relación de la intensidad horaria con los costos ocultos por jornales</i>	30
Tabla 11. <i>Respuestas a valores por contribuciones y afiliaciones</i>	31
Tabla 12. <i>Distribución de los pagos por contribuciones y afiliaciones</i>	31
Tabla 13. <i>Respuestas a valor canon arrendamiento</i>	32
Tabla 14. <i>Distribución de pagos por canon de arrendamiento mensual</i>	33
Tabla 15. <i>Distribución porcentual a respuestas a uso de áreas en el local del negocio</i>	34
Tabla 16. <i>Respuestas a valores por energía eléctrica</i>	35
Tabla 17. <i>Distribución de pagos energía eléctrica</i>	35
Tabla 18. <i>Porcentaje de consumo de energía no utilizado directamente para la venta de frutas</i>	36

Tabla 19. <i>Relación de porcentaje de consumo de energía eléctrica usada para la venta con los costos ocultos por electricidad</i>	37
Tabla 20. <i>Respuestas a valores por acueducto y alcantarillado</i>	38
Tabla 21. <i>Distribución de pagos mensuales por acueducto y alcantarillado</i>	39
Tabla 22. <i>Respuestas a valores por telefonía móvil</i>	40
Tabla 23. <i>Porcentaje del consumo de telefonía móvil considera que no es utilizado directamente para la venta de frutas</i>	41
Tabla 24. <i>Distribución de pagos mensuales por telefonía móvil</i>	42
Tabla 25. <i>Relación de porcentaje de consumo de energía usada para la venta con los costos ocultos por telefonía móvil</i>	43
Tabla 26. <i>Respuestas a valores por mermas y desperdicios</i>	43
Tabla 27. <i>Distribución por mermas y deterioros</i>	44
Tabla 28. <i>Respuestas a valores por costos diversos</i>	45
Tabla 29. <i>Distribución por costos diversos</i>	46
Tabla 30. <i>Respuestas por valores en mantenimientos</i>	47
Tabla 31. <i>Distribución de pagos por mantenimientos</i>	47
Tabla 32. <i>Respuestas a valores por transportes</i>	48
Tabla 33. <i>Porcentaje destinado a fletes y transporte considera que no es utilizado directamente para la venta de fruta</i>	49
Tabla 34. <i>Distribución de pagos por transportes</i>	50
Tabla 35. <i>Relación de porcentaje a fletes y transporte que se considera no es utilizada directamente para la venta de fruta</i>	51
Tabla 36. <i>Relación de promedio absoluto de los 34 negocios</i>	50

Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1. <i>Estrategia de costos ocultos</i>	11
Figura 2. <i>Central de Abastos de Villavicencio PH.</i>	18
Figura 3. <i>Respuestas sobre el cargo del entrevistado</i>	23
Figura 4. <i>Respuestas sobre el nivel escolar entrevistado</i>	24
Figura 5. <i>Respuestas a tiempo de comercialización</i>	25
Figura 6. <i>Respuestas modalidades de contratación</i>	25
Figura 7. <i>Respuestas a valor jornales mensuales</i>	26
Figura 8. <i>Respuestas a frecuencia con que se deben asumir costos por jornales en su negocio</i> 27	
Figura 9. <i>De la intensidad horaria del personal contratado, ¿qué porcentaje es estimado de tiempo ocio</i>	28
Figura 10. <i>Respuestas a valores por contribuciones y afiliaciones</i>	31
Figura 11. <i>Respuestas a valor canon arrendamiento</i>	32
Figura 12. <i>Respuestas a uso de áreas en el local del negocio</i>	34
Figura 13. <i>Respuestas a valores por energía eléctrica</i>	35
Figura 14. <i>Porcentaje de consumo de energía no utilizado directamente para la venta de frutas</i>	36
Figura 15. <i>Respuestas a valores por acueducto y alcantarillado</i>	39
Figura 16. <i>Respuestas a valores por telefonía móvil</i>	41

Figura 17. <i>Porcentaje del consumo de telefonía móvil considera que no es utilizado directamente para la venta de frutas</i>	42
Figura 18. <i>Respuestas a valores por deterioros por mermas y por desperdicios</i>	43
Figura 19. <i>Respuestas a valores por mermas y desperdicios</i>	44
Figura 20. <i>Respuestas a valores por costos diversos</i>	45
Figura 21. <i>Respuestas por valores en mantenimientos</i>	47
Figura 22. <i>Respuestas a valores por transportes</i>	48
Figura 23. <i>Porcentaje destinado a fletes y transporte considera que no es utilizado directamente para la venta de fruta</i>	49

Lista de Anexos

	Pág.
Anexo A. <i>Modelo de Encuesta 01</i>	61
Anexo B. <i>Registro fotográfico de los investigadores in situ</i>	65
Anexo C. <i>Cronograma del proyecto</i>	66

Resumen

Esta propuesta de trabajo de grado propuso analizar los costos ocultos como insumo de herramienta de gestión estratégica para los comerciantes de frutas de la PH Central de Abastos de Villavicencio; para ello, inicialmente, se identificaron los costos ocultos, se determinó el porcentaje de ineficiencia causada por estos costos ocultos y se cuantificó el impacto generado en los procesos de gestión por los costos ocultos empleando para ello un instrumento de recolección de información que se aplicó a una muestra de 34 locales y se sistematizaron los resultados obtenidos de dicho trabajo de campo

***Palabras claves:** Contabilidad administrativa, Costos ocultos, Desempeños ocultos, Gestión contable, Sistemas de costeo, Toma de decisiones*

Abstract

This degree work proposal proposed to analyze the hidden costs as an input of a strategic management tool for the fruit merchants of the PH Central de Abastos de Villavicencio; For this, initially, the hidden costs were identified, the percentage of inefficiency caused by these hidden costs was determined and the impact generated in the management processes by the hidden costs was quantified using an instrument for collecting information that was applied to a sample of 34 premises and the results obtained from said field work were systematized

***Keywords:** Administrative accounting, Hidden costs, Hidden performance, Accounting management, Costing systems, Decision making.*

Introducción

Este trabajo de investigación fue descriptivo, tuvo en su enfoque elementos mixtos (cualitativos y cuantitativos) se llevó a cabo con 34 comerciantes de la propiedad horizontal Central de Abastos de Villavicencio, quienes contestaron un instrumento de recolección de información (Encuesta 01), cuyos resultados se sistematizaron y analizaron tanto individualmente por pregunta como en conjunto, con lo cual se pudo identificar como costos ocultos más significativos los costos de transporte y los costos por jornales, se determinó su porcentaje de ineficiencia causada y se cuantificó el impacto generado en los procesos de gestión por los costos ocultos a nivel monetario y a nivel administrativo.

Para ello, previamente se consultaron algunos trabajos ya publicados sobre costos ocultos donde resaltan la importancia de reconocerlos y de adoptar estrategias para mitigarlos, por lo cual se consideró sumamente pertinente la realización de este trabajo, con lo cual hubo necesidad de destacar lo que es la relación de la gestión contable y de información financiera, definir lo que son los costos, sus principales clasificaciones y su relación con la contabilidad de costos con las NIIF, por lo que en el marco conceptual se definieron términos referentes a los costos ocultos y ayudan a comprender el tema.

Finalmente, se aportaron algunas recomendaciones para esta población abordada que tienen que ver con su identificación, tratamiento y manejo, para que el proceso de toma de decisiones realmente ayude a mejorar la gestión administrativa y financiera del negocio, para lograr eficiencia y eficacia económica.

CAPÍTULO I

1 Problema y objetivos

1.1 Problema

1.1.1 Planteamiento del problema

Inicialmente, hay que destacar que el entorno globalizado y cambiante en el que funcionan las compañías hace que los sistemas de información se amolden a dichos cambios de modo que los datos generados deben tener un alto grado de utilidad para la administración. Así pues, los adelantos en contabilidad de gestión se dieron con diversos enfoques, los costos no han sido la excepción y se han centrado en la relevancia en la contabilidad de gestión para la apropiada toma de decisiones estratégicas empresariales en lo que respecta a los costos ocultos.

Ahora bien, hay que decir que los costos no asegurados, costos invisibles o costos ocultos, que se pueden llevar al plano de los costos, son aquellos valores erogados por rubros que no tienen con una identificación explícita, un monto calculado, ni un sistema de control específico respecto de su naturaleza (Peña González, 2014, p.49), es decir, son aquellos “egresos” que no son tan evidentes para los empresarios, pero que si repercuten negativamente en el componente financiero empresarial, disminuyendo consecuentemente los índices de rentabilidad, puesto que son costos que se dan sobre la marcha (cuando se va tomar una decisión) y esto no se ve en la productividad proyectada, porque cuando un empresario opta por hacer cambios en cualquier área conlleva un riesgo, ya que se pueden desconocer en gran parte los “exactos” resultados esperados, enfocándose en lograr algún objetivo momentáneo y esto si conlleva costos adicionales que no se estiman del todo.

Siguiendo esta línea, se han mencionado dos tópicos que son de suma importancia: el primero está relacionado con el hecho de poder reconocer los costos ocultos genera incrementos

o decrementos de la rentabilidad y productividad en los negocios en marcha, puesto que estas entidades para ser más competitivas en el mercado procuran permanencia y crecimiento permanentes; el segundo tienen que ver con la optimización de recursos soportados en controles lo que facilita que las empresas logren el éxito a corto, mediano y largo plazo, ya que con la implementación de controles en los costos ocultos se generarían alternativas de solución que coadyuvarán a que el proceso de toma de decisiones de los propietarios sea más efectivo.

Es importante destacar, también, que las dinámicas en la región y en el país son bastante cambiantes, tanto en la cadena de producción como en la cadena de distribución y de entrega al consumidor final, lo que ha hecho que los comerciantes estén permanentemente tomando decisiones in situ, en el quehacer diario, muchas veces sin el conocimiento global del entorno económico que se da sobre los alimentos perecederos, en especial el de las frutas, lo que hace necesario por parte de estos comerciantes que no solamente conozcan las estrategias y tácticas de comercialización y mercadeo de sus productos, sino que también conozcan cuáles pueden ser estos costos ocultos que se dan el cumplimiento de su objeto social.

Así pues, cuando una entidad no está bien organizada o no posee un buen programa continuado de administración estratégica y un apropiado control interno, se va estar expuesta a muchos incidentes o errores que pueden evitarse oportunamente y es por eso que este trabajo se basó en la tipificación de los costos ordinarios ocultos, en una serie de compañías, que a simple vista no son evidentes y pueden entrar del plano de lo normal, por lo pasan casi siempre desapercibidos y no se reconocen; sin embargo, estos siguen afectando el componente financiero de la empresa ocasionando decrementos de la rentabilidad y estos pueden darse de muchas formas y una de ellas se da por la toma de decisiones cuando no se conocen todos los aspectos del negocio tanto internos como externos, pues estas serán acertadas a futuro si se procura la productividad presupuestada o no acertadas si no se consiguen los resultados mínimos esperados.

Como consecuencia se pretende abordar una población que posee un probable desconocimiento de los costos ocultos empresariales, aunque sí un aceptable manejo de economía lineal en la práctica con un poco o nulo ejercicio aparente de la economía circular, por lo que se ve la necesidad de documentar si dicha situación se genera o no, y cuál sería la incidencia financiera en su no reconocimiento apropiado y oportuno en el negocio.

1.1.2 Formulación del problema

Así pues, con todo lo indicado, ¿es posible que un instrumento de recolección de información se pueda identificar y cuantificar los costos ocultos de los comerciantes de frutas de la PH del mercado de la Central de Abastos de la ciudad de Villavicencio capital del departamento del Meta, para determinar su porcentaje de ineficiencia y analizar su impacto en los resultados empresariales?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

Analizar los costos ocultos como insumo de herramienta de gestión estratégica para los comerciantes de frutas de la PH Central de Abastos de Villavicencio.

1.2.2 Objetivos específicos

Identificar los costos ocultos de los comerciantes de frutas de la PH Central de Abastos de Villavicencio.

Determinar el porcentaje de ineficiencia de los costos ocultos por parte de los comerciantes de frutas de la PH Central de Abastos de Villavicencio.

Cuantificar el impacto en los procesos de gestión por los costos ocultos por parte de los comerciantes de frutas de la PH Central de Abastos de Villavicencio.

CAPÍTULO II

2 Justificación

El conocimiento de los costos ocultos y su apropiada gestión facilita tomar decisiones organizacionales ajustadas a la realidad de la compañía, acordes al entorno en el que compite con otras; por eso, para las empresas el poder reconocer y medir los costos y costos ocultos puede incrementar o no la rentabilidad y productividad en las organizaciones empresariales, puesto que siempre están buscando la supervivencia y desarrollo para llegar a ser más competitivas en el mercado donde se encuentren ejerciendo su objeto social

Así pues, un buen manejo de la eficiencia, entendida como una adecuada optimización de recursos empresariales, y de la eficacia, entendida como la consecución de los objetivos empresariales, permite que las compañías adopten acciones y proyecciones para obtener el éxito a corto plazo por medio de tácticas acertadas y de mediano y largo plazo con las estrategias de todo orden, y cuando de ello se es consciente como empresario se pueden definir los controles para racionalizar los egresos y definir incluso aquellos que son llamados costos ocultos que no son tan evidentes, con lo cual se podrían aportar alternativas de solución que harían a que la toma de decisiones de las compañías sea un proceso más efectivo y real.

Ahora bien, citando a Berrocal (2013), Zuluaga Serna, (2020) destaca que las organizaciones empresariales invierten esfuerzos en optimizar la productividad y desarrollar nuevas tecnologías, que les procure obtener ciertas ventajas competitivas, y que una alternativa es implementar una estrategia de liderazgo en costos, orientándose tanto en las erogación a nivel contable (explícitos), que por un sistema de costeo histórico son determinables al presentarse los estados financieros, como en las otras erogaciones no fáciles de definir y cuantificar, bien llamados “costos ocultos”, casi siempre ignorados por el nivel ejecutivo y gerencial, con lo cual

se echa al traste con beneficios económicos potenciales que aportarían su gestión (p.9) y ha de saberse, entonces, que estos no se encuentran relacionados explícitamente en las cifras de los reportes financieros periódicos de una empresa, por lo que su gestión y control no han sido los apropiados, lo cual ha generado pérdidas económicas y financieras.

CAPÍTULO III

3 Marco referencial

3.1 Antecedentes

En el trabajo tesis de Ingeniería Comercial de la Universidad de Guayaquil (Ecuador) (Rivera Cobeña & Vergara Garcés, 2017), en su diagnóstico del impacto de los Costos Ocultos en la producción y comercialización se concluye que se requiere emplear métodos para lograr la información adecuada de los costos ocultos generados por hechos no deseados, lo que impacta negativamente la producción y comercialización (un 8,05% extremadamente alto), lo que se refleja en las cifras de los estados financieros de la compañía no tan positivo.

Por otro lado, en trabajo de pregrado de Contabilidad y Auditoría presentado en la Universidad Chimborazo (Riobamba – Ecuador) (Berrones Cando, 2020) se concluye que estas empresas no han estimado estos disfuncionamientos en la producción, por lo que la rentabilidad no se dio como se proyectó, aunque al determinar cómo se dan los costos ocultos se observó que hay una disminución en el costo de productos vendidos y simultáneamente un incremento en los costos a modo de compensación, por lo que su utilidad no cambia, aunque con la presentación de la información a los directivos pueden tomar decisiones inmediatas que corrijan dichos disfuncionamientos, que puede llegar a incrementar la utilidad del ejercicio interesantemente y que su rentabilidad sea superior, por lo que su impacto es altamente significativo

En el trabajo de pregrado Contaduría Pública de la Universidad Privada Antenor Orrego (Trujillo – Perú) (Castañeda Aldave & Hernández Moreno, 2019), se concluye que la entidad posee bastantes percances por la ausencia de un sistema de mantenimiento, por inadecuado control en el área de logística, por la no inducción al recurso humano nuevo, lo que origina

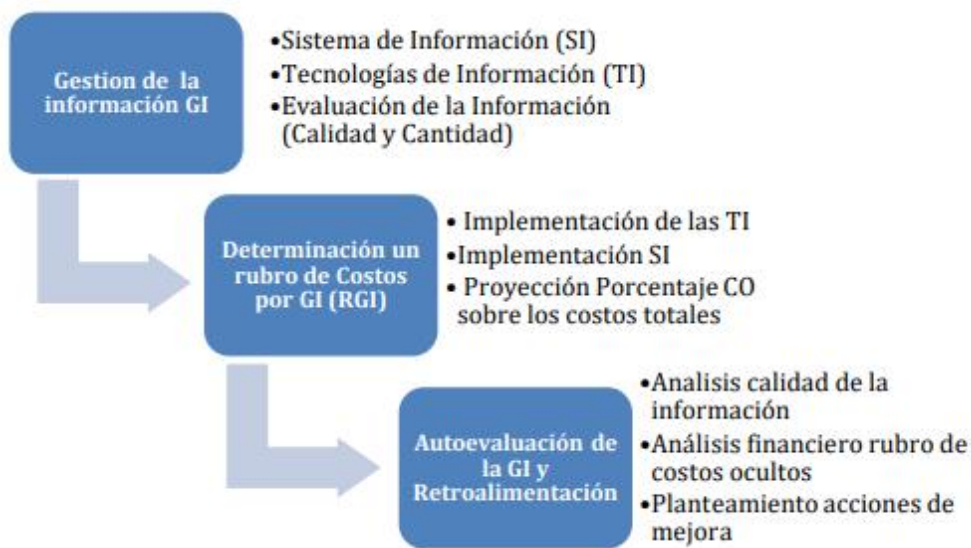
resultados poco positivos por costos ocultos que deberían mitigarse para lograr una mayor eficiencia empresarial y conseguir los resultados deseados.

También, en el trabajo de la Maestría de Administración de la Universidad EAFIT titulado (Suárez Salazar, 2018) se concluye que en las empresas abordadas hubo falencias de la estructura organizacional y el modo en cómo opera la información entre el área operativa, técnica y directiva, por lo que se presentan costos ocultos que no se identifican debidamente y, por lo tanto, no se cuantifican ni se controlan, lo que hace que la compañía no consiga estrategias proyectadas en procura de la ventaja competitiva que se plantea, por lo que se infirió que la pérdida de valor es dada por la ausencia de autoconocimiento de los recursos estratégicos (tangibles y/o intangibles) que poseen y que son los que dan a nivel interno a medida que se despliegan mejores fases de eficiencia.

Por otro lado, en el trabajo de tesis de Ingeniería financiera del Tecnológico de Antioquia Institución Universitaria titulado (Vásquez Ossa & Tobón Gil, 2019), se concluye que los costos ocultos afectan no positivamente los resultados de las empresas, por lo decrementan la rentabilidad, ante lo que se estima conveniente plantear una gestión de los costos ocultos, de tal manera que se incluyan en las partidas a medir en las organizaciones empresariales, ya que muchas actividades que se ejecutan a diario, pueden llegar a ser salidas de dinero que no se proyectan, aunque pueden ser establecidos por indicadores, para poder controlarlos y plantear alternativas para mejorar los resultados.

También, en el trabajo de la maestría de Finanzas en la Universidad de Medellín (Zuluaga Serna, 2020), se concluye que una estrategia de costos (Figura 1) se debe enfocar en tres fases complementarias relacionados con la gestión de la información y su manejo en la organización empresarial.

Figura 1.
Estrategia de costos ocultos



Nota: Tomado de (Zuluaga Serna, 2020)

3.2 Marco teórico

3.2.1 Gestión contable y de información financiera

El sistema de información financiera de las empresas es el elemento medular para la toma de decisiones y es sumamente indispensable para todas las etapas del proceso administrativo en un ambiente globalizado (planeación, organización, dirección, ejecución y retroalimentación de la gestión empresarial); actualmente, está regido por las normas internacionales de información financiera, NIIF, y las normas de aseguramiento de la información, NAI (DUR 2420 de 2015), por lo que las empresas independientemente de su tamaño según la ley colombiana (Decreto 957 de 2019) convergieron y adoptaron un sistema de gestión contable y de información financiera con el cual las operaciones comerciales cumplan con el proceso de reconocimiento, medición, presentación y revelación de acuerdo a los anexos técnicos compilatorios y/o marcos técnicos normativos previstos (Aquel Bessolo et al., 2016).

3.2.2 *Los Costos*

Todas las erogaciones, desembolsos o salidas de dinero una empresa ejecuta en cumplimiento del pago de sus obligaciones por la adquisición de diversos productos y servicios se pueden denominar costo (Castebianco, 2019, p.14).

3.2.3 *Clasificación de los costos*

Estos adoptan una clasificación según el enfoque que se les da o con el criterio que se asigne, por lo que puede haber un sinnúmero de ellas, así:

- Según el área donde se generan: Costos de distribución, Costos de administración, Costos de financiamiento y Costos de producción.
- Considerando el momento en que se calculan: históricos y predeterminados.
- Por su identificación: se dan costos indirectos y costos directos.
- Según el momento en que se reflejan los resultados: se dan costos del producto (inventariables) y costos del periodo (no inventariables)
- Por el comportamiento respecto al volumen producido o venta de productos terminados: se dan costos fijos, costos variables, costos semivARIABLES, costos mixtos y costos escalonados.
- Conforme con el control que se tenga sobre su consumo: costos controlables y no controlables.
- Considerando su importancia en la toma de decisiones de la empresa: Costos relevantes y costos no relevantes.
- Según el tipo de desembolso: Costos desembolsables y costos de oportunidad.
- Según el cambio originado por un aumento o disminución de la actividad: Costos sumergidos y costos diferenciales:
- De acuerdo al cambio originado por un aumento o disminución de la actividad: Costos sumergidos y costos diferenciales (Gestion.org, 2021).

3.2.4 Contabilidad de costos

Es el área encargada de la planeación, clasificación, acumulación, control y asignación de costos empresariales. Su objetivo es proveer información sobre los costos de diferentes aspectos dentro de una empresa para un mejor análisis financiero.

3.2.5 Diferencias entre costos y gastos

Existen dos diferencias importantes y fundamentales (Tabla 2) entre estos dos conceptos.

Tabla 1.

Diferencias entre costos y gastos

Costo	Gasto
Es inherente a labores de producción de bienes, venta de mercancías y prestación de servicios, es decir, tiene ocurrencia siempre y cuando se desarrolle el objetivo social de la empresa.	Es inherente a labores de administración de negocio para asegurar un funcionamiento eficiente en todas las áreas y procesos, y a labores de comercialización que permiten apoyar la venta de los productos manufacturados, de las mercancías adquiridas para distribuir y de la prestación de servicios.
Puede ser recuperado incluso sin realizar la venta; en condiciones extremas una industria puede vender materias primas al precio de adquisición, bien sea porque no las utiliza o tiene excedentes. Una comercializadora puede vender mercancía al costo, por ejemplo, en una promoción de inventarios y una empresa de servicios podrá vender insumos al costo cuando tampoco se utilizan.	Solo es recuperable a la venta del producto. Se supone que la empresa toma decisiones acertadas en torno a las compras para inventario, lo cual significa que sus existencias son corrientes. Resulta obvio que los gastos no se recuperan (se pierden) cuando las materias primas y los insumos se venden al precio de adquisición sin modificaciones, o las mercancías en promoción al costo.

Tomado de: (Casteblanco, 2019, p.15)

3.2.6 Los costos ocultos

En la década de los 70, en el siglo pasado, surgió un enfoque socioeconómico en donde el tema central esbozado fue el disfuncionamiento ligado al del costo y desempeño ocultos,

Vásquez Ossa & Tobón Gil (2019, p.7) citando a Savall (2006). Los costos ocultos perturban el ejercicio productivo de la entidad, es decir su competitividad y rentabilidad en su funcionamiento, conceptos estos que están vinculados a la llamada calidad integral y de productividad económica local y global de la organización.

3.2.7 Ventajas del reconocimiento de los costos ocultos

Resumidamente, el reconocimiento de los costos ocultos en la gestión empresarial facilita una ventaja a los propietarios del negocio, porque entenderán las erogaciones pecuniarias innecesarios que se dan, en ausencia de un adecuado monitoreo de la cantidad de dinero que cuesta adquirir algo. (Ramírez Casco, 2018, p.36) Estos pueden estar vinculados a varios aspectos sensibles de la empresa como los inventarios, el talento humano y las llamadas tecnologías de la información y la comunicación, TICs.

3.3 Marco conceptual

Costos ocultos en aprovisionamiento: Gestión contable que trata los costos en los que incide el proveedor que acabarán relacionándose con el cliente. Se trata de costos vinculados a fallas de calidad, imprecisiones en los procesos de producción, tiempos ociosos en producción, errores en la puesta en marcha, entre otros (Fullstep, 2021).

Costos en logística y en la cadena de suministro: Son erogaciones que aparecen bien sea en el almacenaje y distribución, como en la gestión, administración o aprovisionamiento (Fullstep, 2021).

Costos por obsolescencia: Son los generados por cambios súbitos de tendencia en el interés de los consumidores por un bien y/o servicio, que se manifiesta por ejemplo con productos tecnológicos, donde los permanentes avances y cambios se dan con suma agilidad (DispatchTrack, 2020).

Costos por operación logística: Este tipo de costes suelen aparecer en áreas como el almacenaje, distribución, gestión, administración o aprovisionamiento (Fullstep, 2021).

Costos ocultos por planeación de la producción: Se dan en todas las etapas de producción; están relacionados con maquinaria de costo por hora muy alto (Wagner, 2021).

Eficiencia: Es un concepto que coteja las entradas de un sistema con sus salidas; significa esencialmente lograr “más con menos”. El sistema puede referirse a un proceso de producción (fabricar más con menos) o una economía completa (conseguir más utilidad con insumos totales). La eficiencia contiene actividades para mejorar la productividad (valor agregado / insumo) y minimizar la intensidad (insumo / valor agregado) (International Resource Panel, 2022).

Propiedad Horizontal (PH): Es un sistema o figura jurídica que facilita gestionar un conglomerado de unidades o construcciones privadas en un entorno comunitario o común, donde la infraestructura debe ser compartida por quienes conforman quienes hacen parte de ella (Gerencie.com, 2021).

Rentabilidad: Relación porcentual entre el valor de determinada inversión y los beneficios obtenidos una vez deducidos erogaciones las comisiones e impuestos (Banco Central de la Reserva del Perú, 2020).

Utilidad acumulada: Son las ganancias que la compañía va reuniendo con el tiempo y se pueden capitalizar (convertirse en Capital) o distribuirse a los propietarios por medio del pago de dividendos (Banco Central de la Reserva del Perú, 2020).

Utilidad neta: Ganancia obtenida por una entidad en un periodo determinado después de pagarse impuestos y los gastos (Banco Central de la Reserva del Perú, 2020).

3.4 Marco legal

Decreto 2483 de 2018. Aquí se compilan y actualizan los marcos técnicos de información financiera NIIF para el Grupo 1 y las Normas de Información Financiera para las Pymes, NIIF para las Pymes, Grupo 2, incorporados en el Decreto 2420 de 2015, modificado por los Decretos 2496 de 2015, 2131 de 2016 y 2170 de 2017, respectivamente (CONSULTORSALUD S.A.S., 2019).

Decreto 957 de 2019. Con esta norma se adiciona el capítulo 13 al Título 1 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto 1074 de 2015, Decreto Único del Sector Comercio, Industria y Turismo y se reglamenta el artículo 2º de la Ley 590 de 2000, modificado por el artículo 43 de la Ley 1450 de 2011 (Presidencia de la República de Colombia., 2019).

Resolución Conjunta 2225 de 2019. Esta norma establece el anexo técnico de correspondencia de los sectores manufactura, comercio y servicios con la clasificación de las actividades económicas - CIIU Revisión 4. A.C., para la definición del tamaño empresarial (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo & Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2019).

3.5 Marco geográfico

3.5.1 *Departamento del Meta*

El Meta es un departamento con mayor riqueza: los descubrimientos de petróleo le dan regalías significativas; además de tener actividades agrícolas y ganaderas, en los últimos años se ha venido destacando las acciones en el sector turístico. Limita por el norte con los departamentos de Casanare y Cundinamarca; al oriente con Vichada, Guainía y Guaviare; por el occidente con Cundinamarca, el Distrito Capital y el departamento del Huila; y por el sur con

Caquetá. (EnColombia.com, 2022); su extensión es de 85.770 kilómetros cuadrados, lo que lo hace uno de los más grandes de la nación.

Además de lo anterior, cuenta también con minas de sal de peña en Cumaral y Upia, en su territorio hay yacimientos petrolíferos (EnColombia.com, 2022). La industria se ve representada en la extracción y refinación de aceite de palma y soya, trilla de arroz, la producción de bebidas y a una naciente actividad metal mecánica y de productos para construcción (EnColombia.com, 2022).

3.5.2 Villavicencio Meta

La ciudad de Villavicencio posee unas características propias por su ubicación y situación actual, por su configuración territorial basada en una geo historia de la economía política, relacionada con los llanos orientales colombianos, su subordinación estrecha con la ciudad de Bogotá y con el área andina de la nación; se puede decir que esta ciudad es un sitio donde conviven disímiles culturas del país, con costumbres de varias regiones, lo que forma una sociedad ecléctica y a veces complicada de entender (Cortés Acuña & Castañeda Pérez, 2020).

3.5.3 Central de Abastos de Villavicencio PH

Esta empresa se encuentra ubicada en la calle 18 - 17 en el Anillo Vial de la ciudad de Villavicencio en el departamento del Meta (Colombia), fue constituida como entidad sin ánimo de lucro y se dedica a Actividades de alquiler y arrendamiento. Se encuentra inscrito en el libro de registro de propiedad horizontal de uso comercial, radicado el día 16 de febrero de 1914.

Esta propiedad (Figura 2) posee en la actualidad 1808 locales divididos en 4 bodegas (A, B, C y D minorista) (Delgado López, 2017), donde solo 381 están ocupados, estos se encuentran distribuidos en 4 bodegas de la siguiente forma: en la Bodega A hay 96 locales de frutas, verduras, hortalizas y legumbres; en la Bodega B hay 52 locales entre carnes, quesos, lácteos y

tubérculos; en la Bodega C hay 29 locales de víveres y abarrotes, en la Bodega D hay 204 locales compuesto por la bodega Minorista (Delgado López, 2017).

Figura 2.
Central de Abastos de Villavicencio PH.



Nota: Tomado Central de Abastos de Villavicencio PH (2020)

CAPÍTULO IV

4 Metodología

4.1 Tipo y enfoque de investigación

Este trabajo al “analizar las características de una población o fenómeno sin entrar a conocer las relaciones entre ellas”, ya que “lo que hace es definir, clasificar, dividir o resumir, empleando medidas de posición o dispersión” (Rus Arias, 2021a) entre otras, fue de corte **descriptivo**.

Además, se consideró un enfoque mixto porque tuvo **elementos cuantitativos y cualitativos** que se unieron, con lo cual se buscó “disponer de las ventajas de ambos y minimizar sus inconvenientes” (Rus Arias, 2021b) y porque “se requería una mayor comprensión del problema de investigación, ya que no se daría cada uno de estos métodos por separado” (QuestionPro, 2020).

4.2 Población y muestra

La población abordada fue el conjunto de los comerciantes de frutas la PH de la Central de Abastos de Villavicencio, con quienes se obtuvo una muestra finita para la aplicación de un instrumento de recolección de información (Encuesta 01), haciendo un formato piloto y se ajustó hasta obtener el modelo definitivo.

Para el caso de la muestra (**n**) se tomó los 42 establecimientos comerciales que expenden frutas (**N**: población) en la Bodega A, se tuvo en cuenta un margen de error (**e**) del 5%, una probabilidad de éxito (**P**) del 50%, con su contraparte del 50% como probabilidad de fracaso (**Q**) y un estadístico de prueba (**Z**) de 1.96, con un nivel de confianza del 95%, y se aplicó la fórmula para hallar muestras finitas:

$$n = N * Z^2 * P * Q / (e^2 * (N - 1) + Z^2 * P * Q)$$

$$n = 42 * 1,96^2 * 0,50 * 0,50 / (0,05^2 * (96 - 1) + 1,96^2 * 0,50 * 0,50)$$

$$n = 38$$

A pesar de que la muestra arrojó un resultado para la muestra de 38 observaciones, solo se aplicaron en definitiva 34 encuestas a los comerciantes de frutas abordados la PH de la Central de Abastos de Villavicencio, presentando limitaciones y renuencia por muchos de estos comerciantes para contestar el instrumento.

4.3 Técnicas e instrumentos de recolección de información

4.3.1 Fuentes de información primaria

Las fuentes primarias de información fue el conjunto de las respuestas sistematizadas producto de una encuesta aplicada, con un cuestionarios de preguntas abiertas y algunas de ellas con un aporte final de tipo abierto, para lo que se utilizó una fórmula estadística para establecer muestras finitas, con las que se determinó una parte de la población seleccionada para el abordaje en dos partes, el de la caracterización y el de inductores de los costos ocultos, correspondientes al desarrollo de los objetivos específicos planteados.

4.3.2 Fuentes de información secundaria

Las fuentes de información secundarias lo constituyeron los trabajos previos consultados sobre costos ocultos y publicaciones en páginas web de tipo especializado sobre el tema para poder diseñar el marco referencial y el instrumento de recolección de información.

4.4 Procedimientos

Inicialmente se realizó un levantamiento bibliográfico tanto en textos, trabajos de tesis y artículos que abordan el tema, para poder construir el marco teórico y conceptual, analizando los antecedentes más recientes, sobre los últimos cinco años, y presentando los principales contenidos sobre costos ocultos, en razón a que a pesar de que el término tuvo sus orígenes en el quehacer teórico de los economistas, en este trabajo se le dio la connotación del costo a los

gastos ordinarios considerados en contabilidad, pero que son parte del ejercicio operativo de las empresas.

Posteriormente, se diseñó un instrumento de recolección de información que contenía veintiún preguntas cerradas con cierres abiertos, y que fue aplicado a una muestra de la población abordada; seguidamente, se sistematizó el conjunto de datos obtenidos y se analizaron a la luz de lo planteado en los objetivos específicos.

Finalmente, se mostraron los resultados, enunciando algunas limitaciones encontradas, que permitieron llegar a unas conclusiones y a emitir algunas recomendaciones para este conjunto de comerciantes encuestados.

CAPÍTULO V

5 Resultados

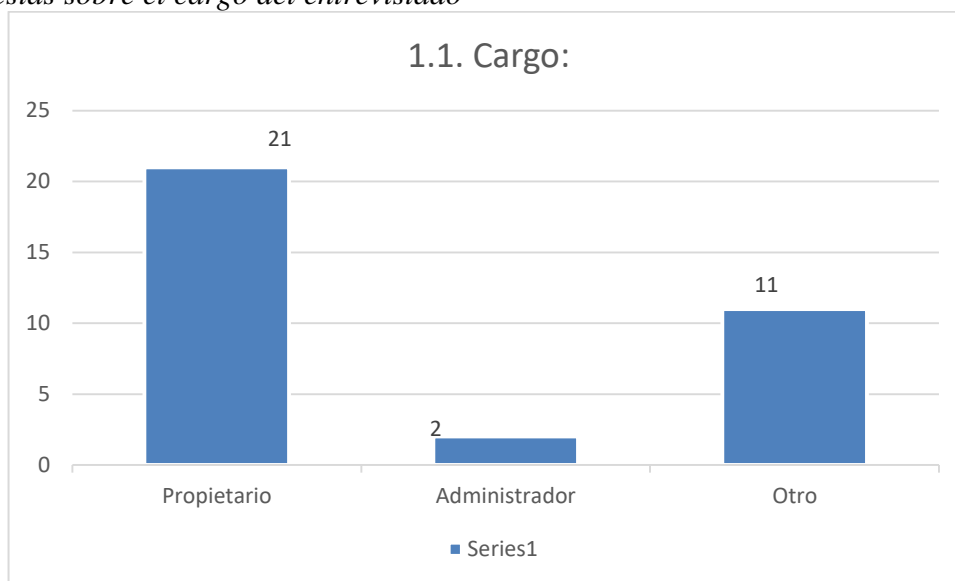
Se tomaron para el desarrollo de los objetivos las preguntas contenidas en el cuestionario del instrumento de recolección de información denominado Encuesta 01 (Anexo A). Cabe decir que, aunque por el cálculo de la muestra se debían tener en cuenta 38 negocios a encuestar, realmente se pudieron aplicar in situ 34 negocios de la PH Central de Abastos de Villavicencio, que se tabularon organizadamente y sistematizaron sus respuestas de manera posterior, apoyándose con las debidas tablas de frecuencia y gráficas (de barras o de pastel) para el análisis individual por pregunta y el análisis integrador por segmentos de información.

5.1.1 Cargo del preguntado

Del total de los 34 negocios encuestados sobre el cargo de la persona respondiente dentro del negocio abordado, con la Encuesta 01 en el año 2023, un 61.76% (21 de ellos) fueron propietarios quienes contestaron el instrumento de recolección de información (Tabla 2 y Figura 3), un 32.35% (11 más de ellos) fueron empleados del negocio y el restante 5.88% (solo 2 de ellos) fueron administradores del local. La intencionalidad inicial es que fueran los mismos dueños o propietarios y/o los que lo administraran, por lo que más de dos terceras partes cumplieron con dicho cometido.

Tabla 2.
Respuestas a cargo entrevistado

<i>Variable</i>	<i>Frec.Absol</i>	<i>Frec.Relat.</i>
Propietario	21	61,76%
Administrador	2	5,88%
Otro	11	32,35%
Totales	34	100,00%

Figura 3.*Respuestas sobre el cargo del entrevistado*

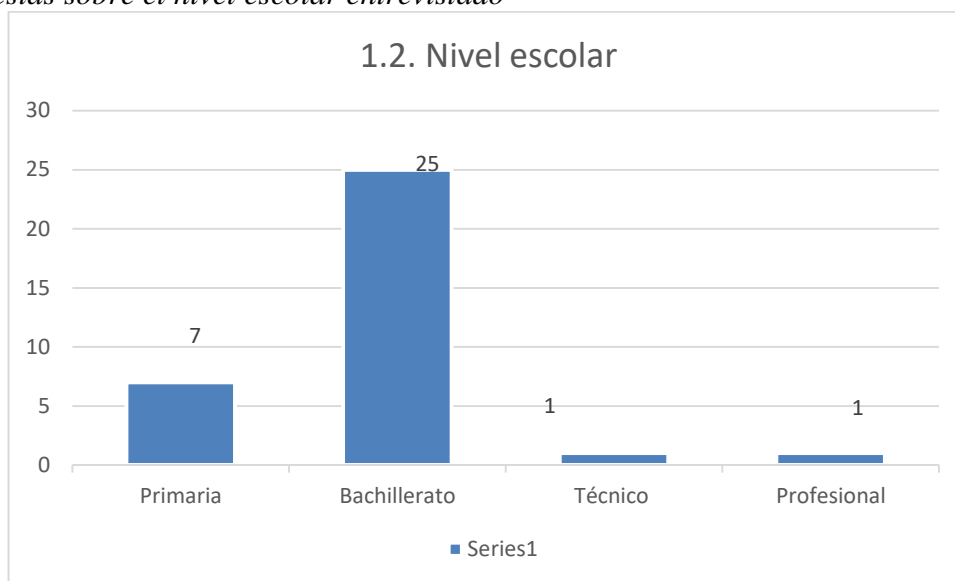
5.1.2 Nivel escolar del preguntado

Así mismo, del total de los 34 negocios preguntados, con la Encuesta 01 en el año 2023, sobre su nivel de escolaridad (Tabla 3 y Figura 4), un 73,53% (25 de ellos) de las personas respondientes han terminado su bachillerato, un 20,59% (7 más de ellos) terminaron primaria, un 2,94% (1 de ellos) terminó un técnico en instituto de educación para el trabajo y el desarrollo humano, y el restante 2,94% (1 más de ellos) han adelantado una carrera de pregrado en una universidad; así pues, casi dos terceras partes de los que contestaron tienen mínimo bachillerato como nivel formativo.

Tabla 3.*Respuestas sobre nivel de escolaridad entrevistado*

<i>Variable</i>	<i>Frec.Absol</i>	<i>Frec.Relat.</i>
Primaria	7	20,59%
Bachillerato	25	73,53%
Técnico	1	2,94%
Profesional	1	2,94%
Totales	34	100,00%

Figura 4.
Respuestas sobre el nivel escolar entrevistado



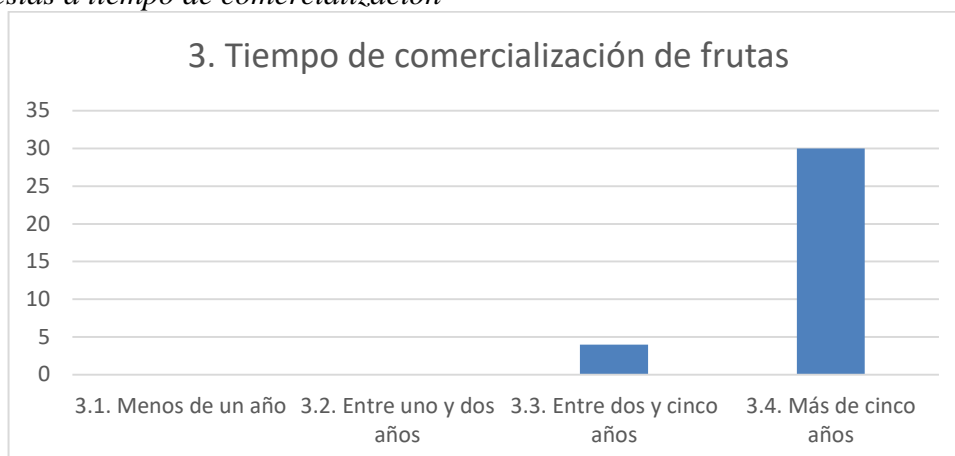
5.1.3 Tiempo de comercialización del negocio de frutas

Del mismo modo, del total de los 34 negocios encuestados con la Encuesta 01 en el año 2023 sobre el tiempo de desarrollo de la actividad mercantil en la comercialización de frutas (Tabla 4 y Figura 5), un 88.24% (30 de ellos) de las personas respondientes manifiestan que llevan 5 años o más con su negocio, y el restante 11.76% (4 de ellos) llevan entre dos y cinco años de actividades; en charlas paralelas, casi el total de las personas abordadas tuvieron antes o tienen actualmente otro negocio similar al actual; aquí se denota un conocimiento amplio del ejercicio de la actividad comercial del negocio.

Tabla 4.
Respuestas tiempo de comercialización

<i>Variable</i>	<i>Frec.Absol</i>	<i>Frec.Relat.</i>
3.1. Menos de un año	0	0,00%
3.2. Entre uno y dos años	0	0,00%
3.3. Entre dos y cinco años	4	11,76%
3.4. Más de cinco años	30	88,24%
Totales	34	100,00%

Figura 5.
Respuestas a tiempo de comercialización



5.1.4 En su negocio ¿cuáles de las siguientes modalidades de contratación de personal se dan?

De otro lado, del total de los 34 negocios preguntados con la Encuesta 01 en el año 2023 sobre las modalidades de contratación de personal se dan en el negocio en donde están (Figura 6), un 52.94% (18 de ellos) se destacan por contratar o haber contratado personal por la modalidad de jornal (por días o por semanas) o a destajo su negocio, seguido por un 44.12% (15 de ellos) que contratan o han contratado por modalidad de contrato de trabajo (salario) y tan solo el 2.88% (2 de ellos) llevan entre dos y cinco años de actividades; en charlas paralelas, casi el total de las personas abordadas tuvieron antes o tienen actualmente otro negocio similar al actual.

Figura 6.
Respuestas modalidades de contratación

Variable		<i>Frec.Absol</i>	<i>Frec.Relat.</i>	
4.1. Contratación por salario (nómina permanente)	SÍ	15	44,12%	
	NO	19	55,88%	
4.2. Contrato por jornal (a destajo)	SÍ	18	52,94%	
	NO	16	47,06%	
4.3. Contrato por prestación de servicios	SÍ	2	5,88%	
	NO	32	94,12%	

5.1.5 Sobre los pagos por jornales

Del total de los 34 negocios abordados con la Encuesta 01 en el año 2023 sobre los rangos de los pagos por jornales mensuales (Tabla 5 y Figura 7), un 29.41% (10 de ellos) han cancelado entre \$300.000 y \$500.000, un 26.47% (9 de ellos) han pagado entre \$500.000 y \$1.000.000, un 20,59% (7 más de ellos) contrariamente no han tenido este costo, un 14.71% (5 de ellos) han cancelado entre \$100.000 y \$300.000 y tan solo el 8.82% (3 de ellos) han pagado valores superiores a \$1.00.000.

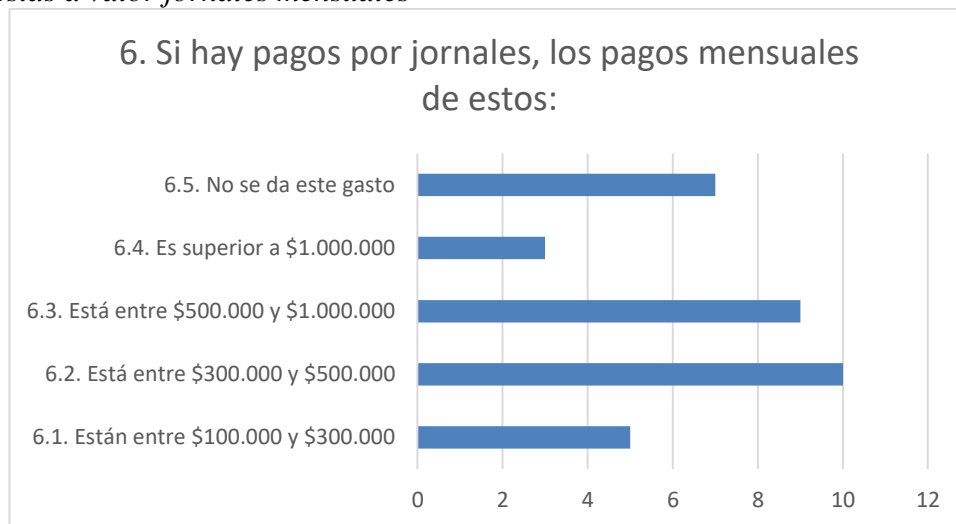
Tabla 5.

Respuestas a valor jornales mensuales

<i>Variable</i>	<i>Frec.Absol</i>	<i>Frec.Relat.</i>
6.1. Están entre \$100.000 y \$300.000	5	14,71%
6.2. Está entre \$300.000 y \$500.000	10	29,41%
6.3. Está entre \$500.000 y \$1.000.000	9	26,47%
6.4. Es superior a \$1.000.000	3	8,82%
6.5. No se da este gasto	7	20,59%
Totales	34	100,00%

Figura 7.

Respuestas a valor jornales mensuales



Seguidamente, del total de los 34 negocios encuestados con la Encuesta 01 en el año 2023 sobre la frecuencia con que deben asumir costos por jornales en su negocio (Tabla 6 y Figura 8), un 82.35% (28 de ellos) han contratado a destajo por ocho horas o más, luego por un 11.76% (4

de ellos) han contratado por 8 horas y tan solo el 2.94% (1 de ellos) han contratado por seis horas.

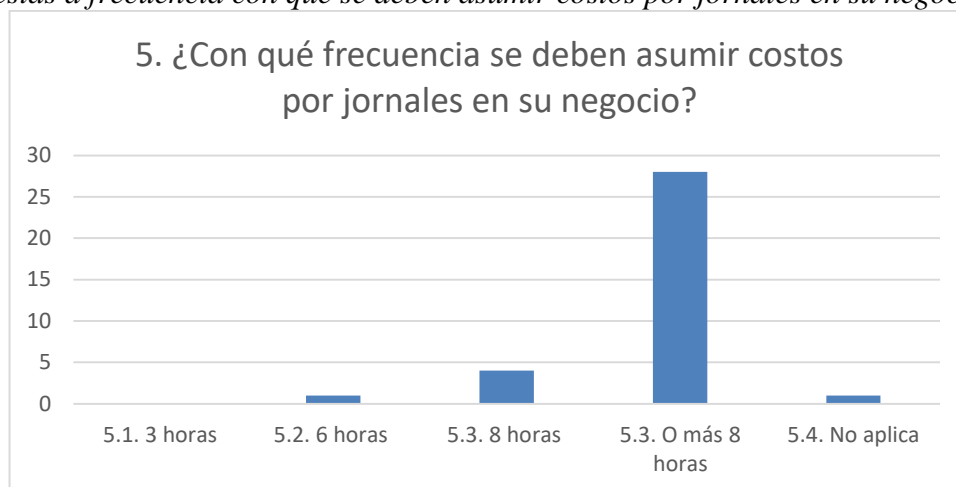
Tabla 6.

Respuestas a frecuencia con que se deben asumir costos por jornales en su negocio

<i>Variable</i>	<i>Frec.Absol</i>	<i>Frec.Relat.</i>
5.1. 3 horas	0	0,00%
5.2. 6 horas	1	2,94%
5.3. 8 horas	4	11,76%
5.3. O más 8 horas	28	82,35%
5.4. No aplica	1	2,94%
Totales	34	100,00%

Figura 8.

Respuestas a frecuencia con que se deben asumir costos por jornales en su negocio



Del mismo modo, del total de los 34 negocios preguntados con la Encuesta 01 en el año 2023 sobre el porcentaje estimado para tiempo de ocio de los empleados del (Tabla 7 y Figura 9), un 55.88% (19 de ellos) han destinado dos horas, luego por un 38.24% (13 de ellos) han dedicado 1 hora y el restante 5.88% (2 de ellos) expresa que no aplica para esta pregunta.

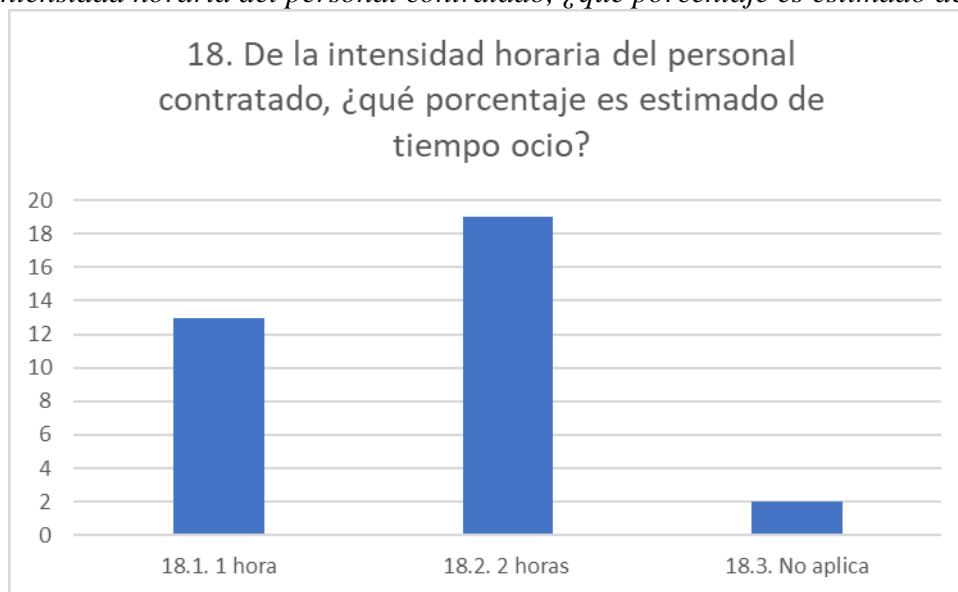
Tabla 7.

De la intensidad horaria del personal contratado, ¿qué porcentaje es estimado de tiempo ocio

<i>Variable</i>	<i>Frec.Absol</i>	<i>Frec.Relat.</i>
18.1. 1 hora	13	38,24%
18.2. 2 horas	19	55,88%
18.3. No aplica	2	5,88%
Totales	34	100,00%

Figura 9.

De la intensidad horaria del personal contratado, ¿qué porcentaje es estimado de tiempo ocio



Así pues, de los dos rangos involucrados de tiempo en horas de ocio y relacionando con los rangos de los costos ocultos por jornales (Tabla 8), se da un costo oculto de \$254.532 COP para el rango de 1 hora de ocio y de \$372.009 para el rango de 2 horas de ocio.

Tabla 8.

Relación de la intensidad horaria con los costos ocultos por jornales

Variable	Frec.Absol	Frec.relat.	marca rango	% rango	\$ gto.oculto
18.1. 1 hora	13	38,24%	150.000	7,80%	254.532
			400.000	15,00%	
			750.000	13,33%	
			1.100.000	14,00%	
18.2. 2 horas	19	55,88%	150.000	7,80%	372.009
			400.000	15,00%	
			750.000	13,33%	
			1.100.000	14,00%	

Ahora bien, para el caso de los 34 negocios abordados, con la Encuesta 01 en el año 2023, de la Bodega A del mercado de la PH Central de Abastos de Villavicencio (Meta), un 13.00% respecto de sus pagos mensuales por jornales se pueden considerar como costos ocultos (Tabla 9) y esto representa en promedio un valor mensual de \$649.668 COP como costo para cada propietario de local de comercialización de frutas.

Tabla 9.*Distribución de los pagos por jornales mensuales*

Marcas de clase									
150.000		400.000		750.000		1.100.000			
6,1		6,2		6,3		6,4		6,5	
2%	1	10%	2	10%	5	12%	1	0%	7
5%	2	15%	6	15%	3	15%	2		
12%	1	20%	2	25%	1				
15%	1								
5		10		9		3		7	
7,80%		15,00%		13,33%		14,00%		0,00%	
									13,00%
									\$ 649.668

Del mismo modo, relacionando este concepto de costos por jornales (a destajo) que se cancelaban en los negocios abordados y vinculándolos con la intensidad horaria empleada por los colaboradores contratados, se observa inicialmente que son 8 horas o más en donde está concentrada dicha jornada (Tabla 10) y en cuanto a valores monetarios erogados por jornales hay una concentración del segundo rango (entre \$300.000 COP y \$500.000 COP); sin embargo, se puede apreciar haciendo la distribución de las intensidades horarias con los pagos por costos en jornales, que se da un valor promedio de \$548.224 COP para los que se emplean por 8 horas o más, seguido de \$78.318 COP para los que se emplean hasta por 8 horas y de \$19.579 COP para los que se emplean hasta por 6 horas, estos dos últimos valores no son tan significativos; con lo cual se puede inferir que de haber tiempo ocioso por parte de colaboradores ocasionalmente contratados por destajo (a los que se les paga por jornales), el lapso a considerar analíticamente será el de 8 horas o más.

Esta situación también debe llamar bastante la atención a los propietarios de los locales de frutas del mercado de la PH Central de Abastos de Villavicencio (Meta), porque esta ineficiencia por este costo oculto debe ser atendida con prestancia para buscar alternativas de solución y ser racionales con los costos por jornales en el negocio, para que se puedan a futura optimizar los ingresos del negocio.

Tabla 10.*Relación de la intensidad horaria con los costos ocultos por jornales*

Variable	Frec.Absol	Frec.relat.	marca rango	% rango	\$ gto.oculto
5.2. 6 horas	1	2,94%	150.000	7,80%	19.579
			400.000	15,00%	
			750.000	13,33%	
			1.100.000	14,00%	
5.3. 8 horas	4	11,76%	150.000	7,80%	78.318
			400.000	15,00%	
			750.000	13,33%	
			1.100.000	14,00%	
5.3. O más 8 horas	28	82,35%	150.000	7,80%	548.224
			400.000	15,00%	
			750.000	13,33%	
			1.100.000	14,00%	

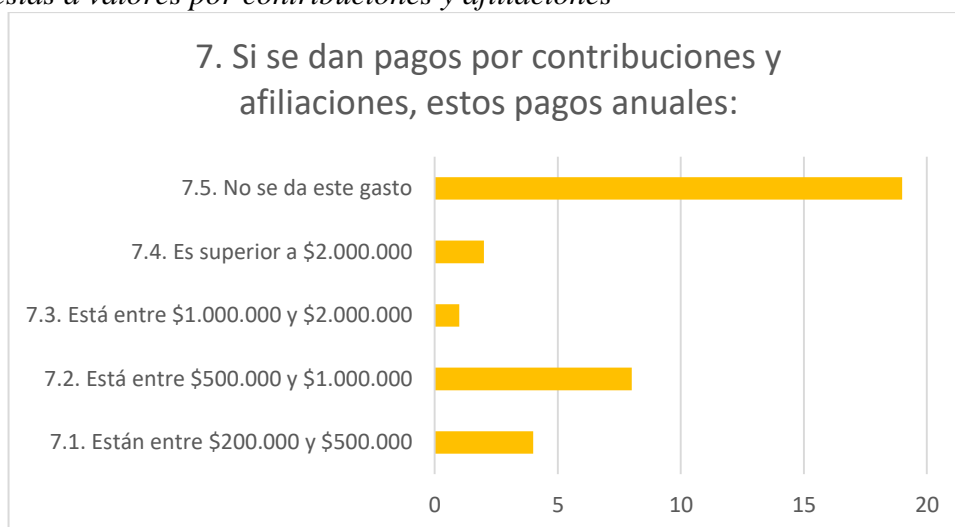
5.1.6 Sobre pagos anuales por contribuciones y afiliaciones

Seguidamente, del total de los 34 negocios preguntados con la Encuesta 01 en el año 2023 sobre los pagos por contribuciones y afiliaciones anuales (Tabla 11 y Figura 10), un 55.88% (19 de ellos) no tienen este costo, luego por un 23.53% (8 de ellos) han pagado entre \$500.000 COP y \$1.000.000 COP, un 11.76% (4 de ellos) han cancelado entre \$200.000 COP y \$500.000 COP, un 5.88% (2 más de ellos) han erogado valores superiores a \$2.000.000 COP y tan solo el 2.94% (1 de ellos) han girado valores entre \$1.000.000 COP y \$2.000.000 COP; es de observarse que, de considerarse algún valor por este rubro considerado, la concentración se da en los dos primeros rangos planteados.

Ahora bien, para el caso de los 34 negocios encuestados, con la Encuesta 01 en el año 2023, de la Bodega A del mercado de la PH Central de Abastos de Villavicencio (Meta), realizando una distribución (prorratio) conforme a las preguntas realizadas, un 10.67% respecto de sus pagos anuales por jornales se estiman como costos ocultos (Tabla 12) y esto representa en promedio un valor anual de \$1.585.366 COP para cada dueño de local de comercialización de frutas.

Tabla 11.*Respuestas a valores por contribuciones y afiliaciones*

<i>Variable</i>	<i>Frec.Absol</i>	<i>Frec.Relat.</i>
7.1. Están entre \$200.000 y \$500.000	4	11,76%
7.2. Está entre \$500.000 y \$1.000.000	8	23,53%
7.3. Está entre \$1.000.000 y \$2.000.000	1	2,94%
7.4. Es superior a \$2.000.000	2	5,88%
7.5. No se da este gasto	19	55,88%
Totales	34	100,00%

Figura 10.*Respuestas a valores por contribuciones y afiliaciones***Tabla 12.***Distribución de los pagos por contribuciones y afiliaciones*

Marcas de clase									
200.000		750.000		1.500.000		2.500.000			
7.1		7.2		7.3		7.4		7.5	
5%	3	5%	2	15%	1	20%	2	0%	19
10%	1	10%	5						
		20%	1						
4		8		1		2		19	
6,25%		10,00%		15,00%		20,00%		0,00%	
									10,67%
									\$ 1.585.366

5.1.7 Sobre pagos del canon de arrendamiento mensual

Del mismo modo, del total de los 34 negocios encuestados con la Encuesta 01 en el año 2023 sobre los pagos por contribuciones y afiliaciones anuales (Tabla 13 y Figura 11), un

55.88% (19 de ellos) no tienen este costo, luego un 79.41% (27 de ellos) han cancelado valores entre \$1.000.000 COP y \$1.800.000 COP, un 17.65% (6 de ellos) han pagado sumas entre \$1.800.000 COP y \$3.000.000 COP, y el restante el 2.94% (1 de ellos) han erogado importes superiores a \$3.000.000 COP.

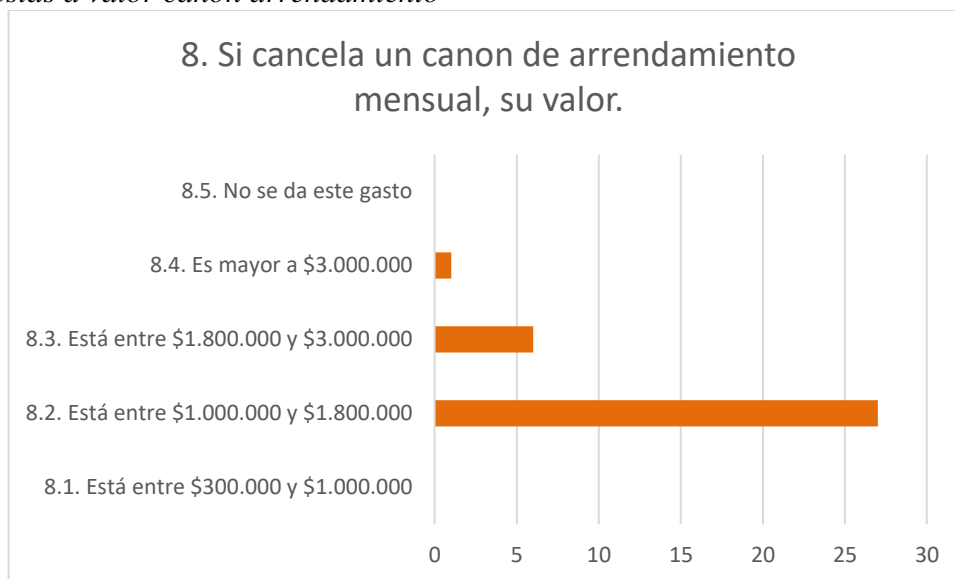
Tabla 13.

Respuestas a valor canon arrendamiento

<i>Variable</i>	<i>Frec.Absol</i>	<i>Frec.Relat.</i>
8.1. Está entre \$300.000 y \$1.000.000	0	0,00%
8.2. Está entre \$1.000.000 y \$1.800.000	27	79,41%
8.3. Está entre \$1.800.000 y \$3.000.000	6	17,65%
8.4. Es mayor a \$3.000.000	1	2,94%
8.5. No se da este gasto	0	0,00%
Totales	34	100,00%

Figura 11.

Respuestas a valor canon arrendamiento



Por otro lado, para el caso de los 34 negocios preguntados, con la Encuesta 01 en el año 2023, de la Bodega A del mercado de la PH Central de Abastos de Villavicencio (Meta), realizando una distribución de los rangos y las frecuencias absolutas se determina un 12.29% de ineficiencia por parte de estos comerciantes consultados respecto a sus pagos mensuales por canon de arrendamiento se consideran como costos ocultos (Tabla 14) y esto representa en

promedio un valor mensual de \$2.765.584 COP para cada propietario de local de comercialización de frutas.

Tabla 14.

Distribución de pagos por canon de arrendamiento mensual

Marcas de clase									
650.000		1.400.000		2.400.000		300.000			
8.1		8.2		8.3		8.4		8.5	
		5%	5	10%	1	25%	1	0%	0
		8%	1	15%	4				
		10%	12	25%	1				
		15%	7						
		20%	2						
0		27		6		1		0	
0,00%		11,04%		15,83%		25,00%		0,00%	
									12,29%
									\$ 1.175.080

5.1.8 Sobre aprovechamiento del área del local donde funciona el negocio

De otro lado, del total de los 34 negocios abordados, con la Encuesta 01 en el año 2023, sobre aprovechamiento del área de su local donde funciona el negocio (Figura 12), todos manifiestan en un primer momento que tenían espacios específicos para almacenamiento, conservación, presentación de la venta y embalaje; sin embargo, en ese mismo orden en promedio un 29.12% de ellos destina parte de su negocio a Almacenaje, un 20.29% de ellos se destina parte de su negocio a Conservación, un 3074% de ellos se destina parte de su negocio a la Presentación para la venta y un 15.56% de ellos destina parte de su negocio al Embalaje de los productos comercializados en el negocio (Tabla 15).

5.1.9 Sobre los pagos mensuales por costo de energía eléctrica

Del mismo modo, del total de los 34 negocios preguntados con la Encuesta 01 en el año 2023 sobre el costo mensual por energía eléctrica (Tabla 16 y Figura 13), un 67.65% (23 de ellos) han cancelado entre \$100.000 y \$200.000 por este servicio público, luego un 14.71% (5 de ellos) han pagado valores superiores a \$1.000.000 COP, un 11.76% (4 más de ellos) han erogado entre \$200.000 COP y \$500.000 COP, y tan solo el 5.88% (2 de ellos) han cubierto valores entre \$500.000 COP y \$1.000.000 COP.

Figura 12.

Respuestas a uso de áreas en el local del negocio





Variable		Frec.Absol	Frec.Relat.	
9.1. Almacenamiento	SÍ	34	100,00%	
	NO	0	0,00%	
9.2. Conservación	SÍ	34	100,00%	
	NO	0	0,00%	
9.3. Presentación de la venta	SÍ	34	100,00%	
	NO	0	0,00%	
9.4. Embalaje	SÍ	34	100,00%	
	NO	0	0,00%	

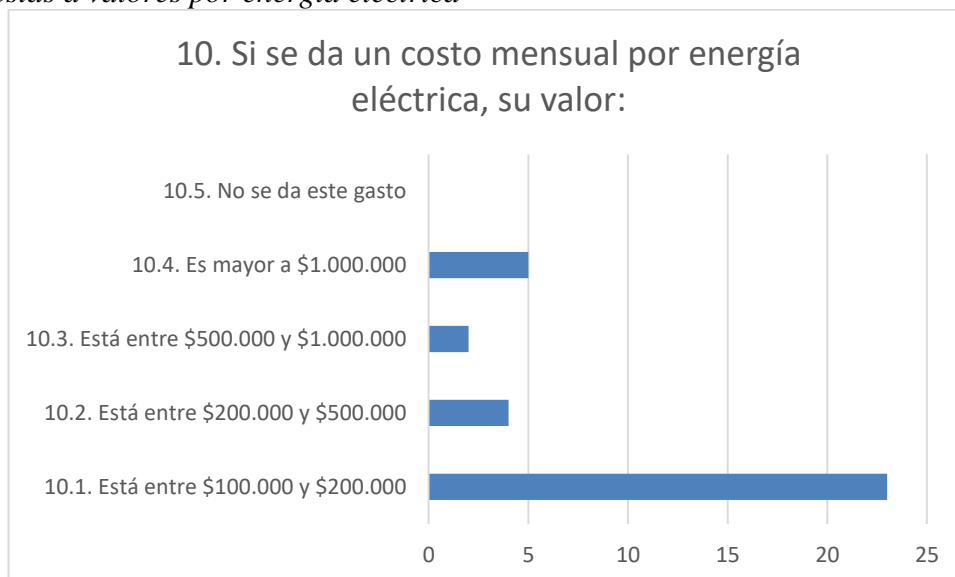
Tabla 15.

Distribución porcentual a respuestas a uso de áreas en el local del negocio

Almacenamiento		Conservación		Presentación venta		Embalaje	
10%	2	5%	1	10%	1	5%	4
15%	2	10%	7	15%	1	10%	6
20%	9	15%	3	20%	8	20%	14
25%	3	20%	12	25%	2	25%	1
30%	6	25%	1	30%	11	30%	8
40%	9	30%	9	35%	1	40%	1
45%	1	35%	1	40%	6		
50%	2			50%	3		
				55%	1		
34		34		34		34	
29,12%		20,29%		30,74%		19,56%	

Tabla 16.*Respuestas a valores por energía eléctrica*

<i>Variable</i>	<i>Frec.Absol</i>	<i>Frec.Relat.</i>
10.1. Está entre \$100.000 y \$200.000	23	67,65%
10.2. Está entre \$200.000 y \$500.000	4	11,76%
10.3. Está entre \$500.000 y \$1.000.000	2	5,88%
10.4. Es mayor a \$1.000.000	5	14,71%
10.5. No se da este gasto	0	0,00%
Totales	34	100,00%

Figura 13.*Respuestas a valores por energía eléctrica*

Ahora bien, para el caso de los 34 negocios abordados, con la Encuesta 01 en el año 2023, de la Bodega A del mercado de la PH Central de Abastos de Villavicencio (Meta), Realizando una distribución de los rangos y las frecuencias absolutas se determina un 11,47% de ineficiencia por parte de estos comerciantes consultados, respecto de sus pagos mensuales por el servicio de energía eléctrica se estiman como costos ocultos (Tabla 17) y esto representa en promedio un valor mensual de \$836.064 COP para cada dueño de local de comercialización de frutas.

Tabla 17.*Distribución de pagos energía eléctrica*

Marcas de clase									
150.000		350.000		750.000		1.300.000			
10.1		10.2		10.3		10.4		10.5	
5%	10	5%	2	5%	1	15%	1	0%	0
10%	8	10%	2	20%	1	20%	1		
15%	3					25%	1		
20%	2					30%	2		
23		4		2		5		0	
9,35%		7,50%		12,50%		24,00%		0,00%	
									11,47%
									\$ 836.064

De la misma forma, del total de los 34 negocios preguntados con la Encuesta 01 en el año 2023 sobre el porcentaje de consumo de energía que considera no es utilizado directamente para la venta de frutas (Tabla 18 y Figura 14), un 41.18% (14 de ellos) mencionan que es un 10%, luego un 26.47% (9 de ellos) dicen que es un 5%, un 14.71% (5 más de ellos) estipula que es un 8%, un 8.82% (3 de ellos) precisa que es un 12% y el restante 8.82% (otros 3 de ellos) manifiestan que es un 15%.

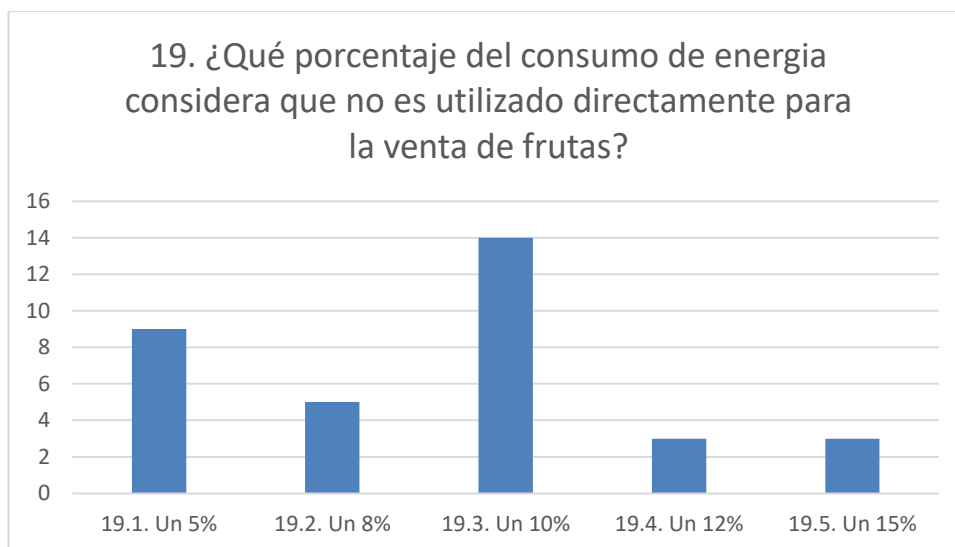
Tabla 18.

Porcentaje de consumo de energía no utilizado directamente para la venta de frutas.

<i>Variable</i>	<i>Frec.Absol</i>	<i>Frec.Relat.</i>
19.1. Un 5%	9	26,47%
19.2. Un 8%	5	14,71%
19.3. Un 10%	14	41,18%
19.4. Un 12%	3	8,82%
19.5. Un 15%	3	8,82%
Totales	34	100,00%

Figura 14.

Porcentaje de consumo de energía no utilizado directamente para la venta de frutas



Consecuentemente, realizando una distribución del costo de energía relacionándolo a áreas diferentes de ventas (Tabla 19), el 41.18% que considera que es un 10% e implica un valor promedio de \$316.945 COP, el 26.47% que estima que es un 5% e implica un monto promedio de \$203.763 COP, el 14.71% que expresa que es un 8% e implica un importe promedio de \$113.202 COP, el 8.82% que manifiesta que es un 12% e implica un valor promedio de \$67.921 COP y el restante 8.82% que dice que es un 15% e implica un monto promedio de \$67.921 COP

Tabla 19.

Relación de porcentaje de consumo de energía eléctrica usada para la venta con los costos ocultos por electricidad

Variable	Frec.Absol	Frec.relat.	marca rango	% rango	\$ gto.oculto
19.1. Un 5%	9	26,47%	150.000	9,35%	203.763
			350.000	7,50%	
			750.000	12,50%	
			1.300.000	24,00%	
19.2. Un 8%	5	14,71%	150.000	9,35%	113.202
			350.000	7,50%	
			750.000	12,50%	
			1.300.000	24,00%	
19.3. Un 10%	14	41,18%	150.000	9,35%	316.965
			350.000	7,50%	
			750.000	12,50%	
			1.300.000	24,00%	
19.4. Un 12%	3	8,82%	150.000	9,35%	67.921
			350.000	7,50%	
			750.000	12,50%	
			1.300.000	24,00%	
19.5. Un 15%	3	8,82%	150.000	9,35%	67.921
			350.000	7,50%	
			750.000	12,50%	
			1.300.000	24,00%	

5.1.10 Sobre los pagos mensuales por acueducto y alcantarillado

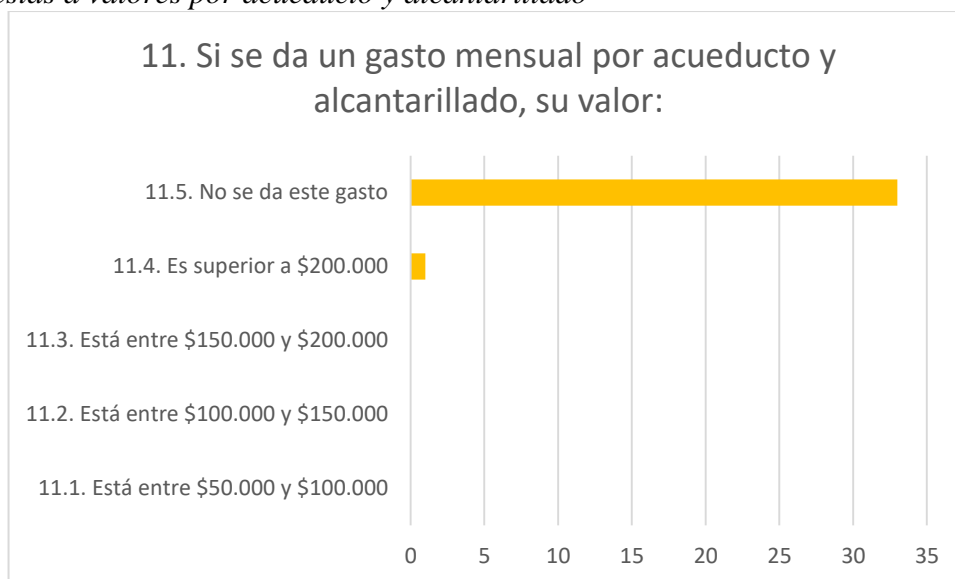
Del mismo modo, del total de los 34 negocios abordados con la Encuesta 01 en el año 2023 sobre el costo mensual por acueducto y alcantarillado (Tabla 20 y Figura 15), un 97.06% (33 de ellos) manifestaron no pagan valor alguno por este servicio público y tan solo el 2.94% (1 de ellos) mencionó cancelar un valor superior a \$200.000, lo cual llama la atención porque en esta propiedad horizontal no se tiene previsto la prestación de este servicio público para esta parte de los negocios de la Bodega A de LLANABASTOS.

Tabla 20.
Respuestas a valores por acueducto y alcantarillado

<i>Variable</i>	<i>Frec.Absol</i>	<i>Frec.Relat.</i>
11.1. Está entre \$50.000 y \$100.000	0	0,00%
11.2. Está entre \$100.000 y \$150.000	0	0,00%
11.3. Está entre \$150.000 y \$200.000	0	0,00%
11.4. Es superior a \$200.000	1	2,94%
11.5. No se da este gasto	33	97,06%
Totales	34	100,00%

Figura 15.

Respuestas a valores por acueducto y alcantarillado



Ahora bien, para el caso de los 34 negocios abordados, con la Encuesta 01 en el año 2023, de la Bodega A del mercado de la PH Central de Abastos de Villavicencio (Meta), realizando una distribución de los rangos y las frecuencias absolutas se determina un 5.00% de ineficiencia por parte de estos comerciantes consultados respecto de sus pagos mensuales por el servicio de acueducto y alcantarillado se estiman como costos ocultos (Tabla 21) y esto representa en promedio un valor mensual de \$225.000 COP para cada dueño de local de comercialización de frutas.

Tabla 21.

Distribución de pagos mensuales por acueducto y alcantarillado

Marcas de clase						
75.000	125.000	175.000	225.000			
11.1	11.2	11.3	11.4	11.5		
			5%	1	0%	33
0	0	0	1	33	5,00%	\$ 225.000
0,00%	0,00%	0,00%	5,00%	0,00%		

5.1.11 Sobre pagos por costos de telefonía móvil

Ahora bien, del total de los 34 negocios preguntados con la Encuesta 01 en el año 2023 sobre el costo mensual por telefonía móvil (Tabla 22 y Figura 16), un 64.71% (22 de ellos) no pagan valor alguno por este rubro, un 20.59% (7 de ellos) han cancelado valores entre \$50.000 COP y \$100.000 COP, un 11.76% (4 más de ellos) han erogado entre \$100.000 COP y \$150.000 COP, y tan solo el 2.94% (1 de ellos) ha cubierto valores superiores a \$200.000 COP.

Tabla 22.

Respuestas a valores por telefonía móvil

<i>Variable</i>	<i>Frec.Absol</i>	<i>Frec.Relat.</i>
12.1. Está entre \$50.000 y \$100.000	7	20,59%
12.2. Está entre \$100.000 y \$150.000	4	11,76%
12.3. Está entre \$150.000 y \$200.000	0	0,00%
12.4. Es superior a \$200.000	1	2,94%
12.5. No se da este gasto	22	64,71%
Totales	34	100,00%

Ahora bien, del total de los 34 negocios preguntados con la Encuesta 01 en el año 2023 sobre el costo mensual por telefonía móvil (Tabla 23 y Figura 17), un 64.71% (22 de ellos) estiman que no pagan valor alguno por este rubro, un 20.59% (7 de ellos) consideraron que el 5% del consumo de telefonía móvil que no es utilizado para la actividad comercial, un 11.76% (4 más de ellos) estimaron que el 8%, y tan solo el 2.94% (1 de ellos) estipula que es un 10%.

Así pues, para el caso de los 34 negocios preguntados de la PH Central de Abastos de Villavicencio (Meta), realizando una distribución de los rangos y las frecuencias absolutas se determina un 7.08% de ineficiencia por parte de estos comerciantes consultados respecto de sus

pagos mensuales por telefonía móvil se estiman como costos ocultos (Tabla 24) y esto representa en promedio un valor mensual de \$168.478 COP para cada dueño de local de comercialización de frutas.

Figura 16.

Respuestas a valores por telefonía móvil

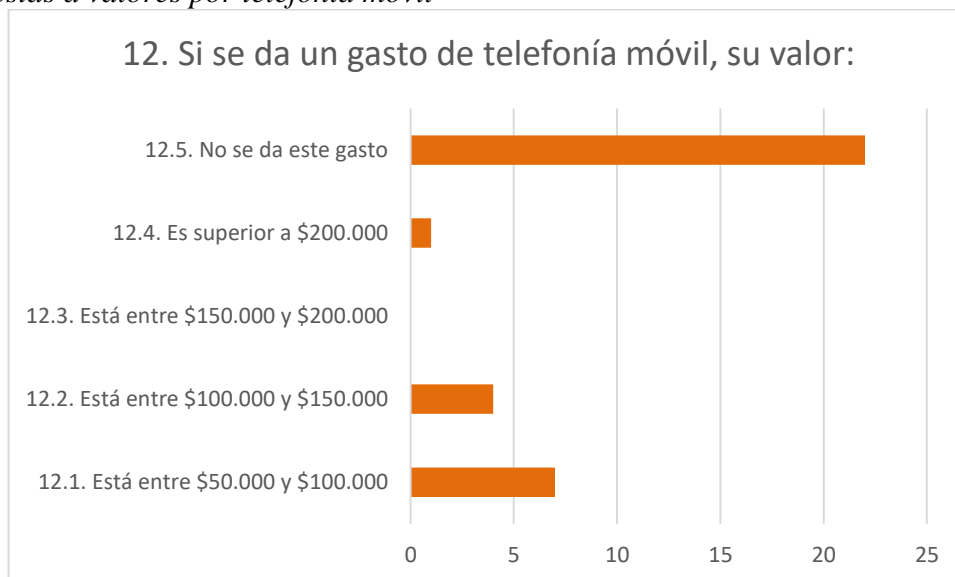


Tabla 23.

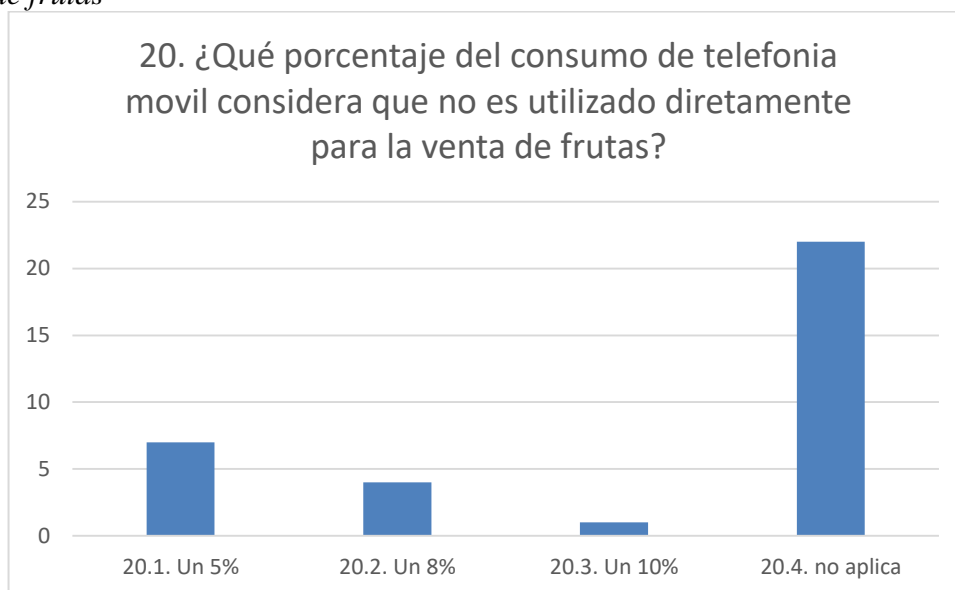
Porcentaje del consumo de telefonía móvil considera que no es utilizado directamente para la venta de frutas

<i>Variable</i>	<i>Frec.Absol</i>	<i>Frec.Relat.</i>
20.1. Un 5%	7	20,59%
20.2. Un 8%	4	11,76%
20.3. Un 10%	1	2,94%
20.4. no aplica	22	64,71%
Totales	34	100,00%

Consecuentemente, realizando una distribución del costo de telefonía móvil relacionándolo a áreas diferentes de ventas (Tabla 24), el 20.59% que considera que es un 5% e implica un valor promedio de \$33.456 COP, el 11.76% que considera que es un 8% e implica un valor promedio de \$19.118 COP y el restante 2.94% que considera que es un 10% e implica un valor promedio de \$4.779 COP

Figura 17.

Porcentaje del consumo de telefonía móvil considera que no es utilizado directamente para la venta de frutas

**Tabla 24.**

Distribución de pagos mensuales por telefonía móvil

Marcas de clase					
75.000	125.000	175.000	225.000		
12.1	12.2	12.3	12.4	12.5	
5% 7	5% 1		15% 1	0% 22	
	10% 3				
7	4	0	1	22	7,08%
5,00%	8,75%	0,00%	15,00%	0,00%	\$ 168.478

5.1.12 Sobre costo debido a deterioros por mermas y desperdicios

Ahora bien, del total de los 34 negocios abordados, con la Encuesta 01 en el año 2023, (Figura 18), un 82.35% (28 de ellos) reconocen que tienen un costo por deterioro tanto por mermas como por desperdicios, y el restante 17.65% (6 de ellos) manifiestan todo lo contrario, que no lo tienen.

Como consecuencia de lo anterior, del total de los 34 negocios preguntados, con la Encuesta 01 en el año 2023, sobre el costo mensual por mermas y desperdicios (Tabla 26 y Figura 19), un 41.18% (14 de ellos) han cancelado valores entre \$100.000 COP y \$300.000 COP,

un 38.23% (13 de ellos) han pagado valores entre \$300.000 COP y \$500.000 COP, un 17.65% (6 más de ellos) no consideran este costo, y tan solo el 2.94% (1 de ellos) mencionan que cubren un valor superior a \$1.000.000 COP.

Tabla 25.

Relación de porcentaje de consumo de energía usada para la venta con los costos ocultos por telefonía móvil

Variable	Frec.Absol	Frec.relat.	marca rango	% rango	\$ gto.oculto
20.1. Un 5%	7	20,59%	75.000	5,00%	33.456
			125.000	8,75%	
			175.000	0,00%	
			225.000	15,00%	
20.2. Un 8%	4	11,76%	75.000	5,00%	19.118
			125.000	8,75%	
			175.000	0,00%	
			225.000	15,00%	
20.3. Un 10%	1	2,94%	75.000	5,00%	4.779
			125.000	8,75%	
			175.000	0,00%	
			225.000	15,00%	

Figura 18.

Respuestas a valores por deterioros por mermas y por desperdicios

Variable		Frec.Absol	Frec.Relat.
13.1. Deterioro por mermas	SÍ	28	82,35%
	NO	6	17,65%
13.2. Deterioro por desperdicios	SÍ	28	82,35%
	NO	6	17,65%



Tabla 26.

Respuestas a valores por mermas y desperdicios

Variable	Frec.Absol	Frec.Relat.
14.1. Está entre \$100.000 y \$300.000	14	41,18%
14.2. Está entre \$300.000 y \$500.000	13	38,24%
14.3. Está entre \$500.000 y \$1.000.000	0	0,00%
14.4. Es mayor a \$1.000.000	1	2,94%
14.5. No se da este gasto	6	17,65%
Totales	34	100,00%

Figura 19.

Respuestas a valores por mermas y desperdicios



De otro lado, para el caso de los 34 negocios abordados, con la Encuesta 01 en el año 2023, de la PH Central de Abastos de Villavicencio (Meta), realizando una distribución de los rangos y las frecuencias absolutas se determina un 8,87% de ineficiencia por parte de estos comerciantes consultados respecto de sus pagos mensuales por mermas y desperdicios de fruta se consideran como costos ocultos (Tabla 27) y esto representa en promedio un valor mensual de \$753.476 COP para cada propietario de local de comercialización de frutas.

Tabla 27.

Distribución por mermas y desperdicios

		Marcas de clase							
		200.000	400.000	750.000	1.250.000				
		14.1	14.2	14.3	14.4	14.5			
3%	2	5%	3		15%	1	0%	4	
5%	6	10%	8						
10%	6	15%	4						
	14	15	0	1	4	8,87%			
	6,86%	10,33%	0,00%	15,00%	0,00%	\$ 753.476			

5.1.13 Sobre costos diversos mensuales

Del total de los 34 negocios abordados, con la Encuesta 01 en el año 2023, sobre los costos diversos (Tabla 28 y Figura 20), un 38.24% (13 de ellos) han cancelado valores entre \$100.000 COP y \$300.000 COP por otros costos, un 38.23% (13 de ellos) han pagado valores entre \$300.000 COP, un 11.76% (4 de ellos) no consideran estos costos, un 8.82% (3 de ellos) han pagado valores mayores a \$1.000.000 COP, y tan solo el 2.94% (1 de ellos) mencionan han erogado valores entre \$500.000 COP y \$1.000.000 COP.

Tabla 28.

Respuestas a valores por costos diversos

<i>Variable</i>	<i>Frec.Absol</i>	<i>Frec.Relat.</i>
15.1. Está entre \$100.000 y \$300.000	13	38,24%
15.2. Está entre \$300.000 y \$500.000	13	38,24%
15.3. Está entre \$500.000 y \$1.000.000	1	2,94%
15.4. Es mayor a \$1.000.000	3	8,82%
15.5. No se da este gasto	4	11,76%
Totales	34	100,00%

Figura 20.

Respuestas a valores por costos diversos



De otro lado, para el caso de los 34 negocios encuestados, con la Encuesta 01 en el año 2023, de la PH Central de Abastos de Villavicencio (Meta), realizando una distribución de los

rangos y las frecuencias absolutas se determina un 9.83% de ineficiencia por parte de estos comerciantes consultados respecto de sus pagos mensuales por costos diversos se estiman como costos ocultos (Tabla 29) y esto representa en promedio un valor mensual de \$694.201 COP para cada dueño de local de comercialización de frutas.

Tabla 29.

Distribución por costos diversos

Marcas de clase									
200.000		400.000		750.000		1.250.000			
15.1		15.2		15.3		15.4		15.5	
5%	8	5%	2	10%	1	10%	2	0%	4
10%	5	10%	4			15%	1		
		15%	6						
		20%	1						
13		13		1		3		4	
6,92%		12,31%		10,00%		11,67%		0,00%	
									9,83%
									\$ 694.201

5.1.14 Sobre pagos por costos de mantenimientos

Por otro lado, del total de los 34 negocios preguntados, con la Encuesta 01 en el año 2023, sobre los costos por mantenimiento (Tabla 30 y Figura 21), un 35.29% (12 de ellos) manifiestan haber cancelado valores entre \$100.000 COP y \$300.000 COP por este concepto, un 32.35% (11 de ellos) mencionan no pagado valor alguno por este rubro, un 20.59% (7 de ellos) han erogado valores entre \$300.000 COP y \$500.000 COP, un 8.82% (3 de ellos) haber cancelado valores entre \$500.000 COP y \$1.000.000 COP, y tan solo el 2.94% (1 de ellos) mencionan haber pagado valores superiores a \$1.000.000 COP.

Del mismo modo, para el caso de los 34 negocios preguntados, con la Encuesta 01 en el año 2023, de la Bodega A del mercado de la PH Central de Abastos de Villavicencio (Meta), realizando una distribución de los rangos y las frecuencias absolutas se determina un 8.48% de ineficiencia por parte de estos comerciantes consultados respecto de sus pagos mensuales por

mantenimientos se consideran como costos ocultos (Tabla 31) y esto representa en promedio un valor mensual de \$761.226 COP para cada propietario de local de comercialización de frutas.

Tabla 30.

Respuestas por valores en mantenimientos

<i>Variable</i>	<i>Frec.Absol</i>	<i>Frec.Relat.</i>
16.1. Está entre \$100.000 y \$300.000	12	35,29%
16.2. Está entre \$300.000 y \$500.000	7	20,59%
16.3. Está entre \$500.000 y \$1.000.000	3	8,82%
16.4. Es mayor a \$1.000.000	1	2,94%
16.5. No se da este gasto	11	32,35%
Totales	34	100,00%

Figura 21.

Respuestas por valores en mantenimientos



Tabla 31.

Distribución de pagos por mantenimientos

		Marcas de clase							
		200.000	400.000	750.000	1.250.000				
		16.1	16.2	16.3	16.4	16.5			
3%	1	5%	2	10%	2	15%	1	0%	11
5%	6	10%	5	12%	1				
10%	4								
15%	1								
	12		7		3		1		11
	7,33%		8,57%		10,67%		15,00%		0,00%
									8,48%
									\$ 761.226

5.1.15 Sobre pagos por costos de transportes

Finalmente, del total de los 34 negocios abordados, con la Encuesta 01 en el año 2023, sobre los costos de transporte (Tabla 32 y Figura 22), un 35.29% (12 de ellos) manifiestan haber cancelado valores entre \$100.000 COP y \$300.000 COP por este concepto, un 32.35% (11 de ellos) mencionan no pagado valor alguno por este rubro, un 20.59% (7 de ellos) han erogado valores entre \$300.000 COP y \$500.000 COP, un 8.82% (3 de ellos) haber cancelado valores entre \$500.000 COP y \$1.000.000 COP, y tan solo el 2.94% (1 de ellos) mencionan haber pagado valores superiores a \$1.000.000 COP.

Tabla 32.

Respuestas a valores por transportes

<i>Variable</i>	<i>Frec.Absol</i>	<i>Frec.Relat.</i>
17.1. Está entre \$100.000 y \$300.000	1	2,94%
17.2. Está entre \$300.000 y \$500.000	4	11,76%
17.3. Está entre \$500.000 y \$1.000.000	8	23,53%
17.4. Es mayor a \$1.000.000	15	44,12%
17.5. No se da este gasto	6	17,65%
Totales	34	100,00%

Figura 22.

Respuestas a valores por transportes



Ahora bien, del total de los 34 negocios preguntados, con la Encuesta 01 en el año 2023, sobre el porcentaje destinado a fletes y transporte considera que no es utilizado directamente para la venta de fruta (Tabla 33 y Figura 23), un 44.12% (15 de ellos) mencionan que es un 10%, luego un 23.53% (8 de ellos) dicen que es un 8%, un 17.65% (6 más de ellos) estipula que no aplica, un 11.76% (4 de ellos) expresa que es un 5% y el restante 2.94% (solo 1 de ellos) manifiesta que es un 2%.

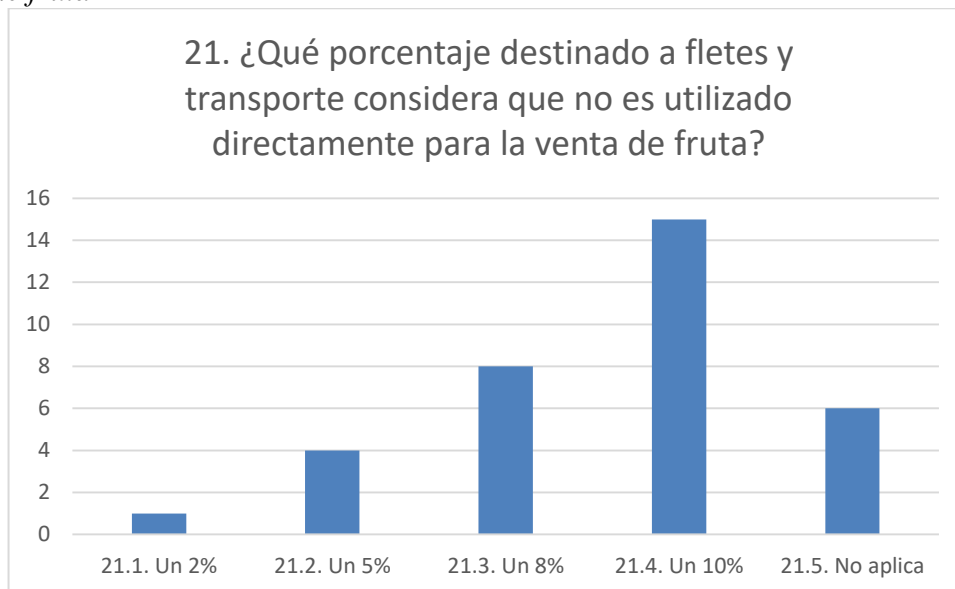
Tabla 33.

Porcentaje destinado a fletes y transporte considera que no es utilizado directamente para la venta de fruta

Variable	Frec.Absol	Frec.Relat.
21.1. Un 2%	1	2,94%
21.2. Un 5%	4	11,76%
21.3. Un 8%	8	23,53%
21.4. Un 10%	15	44,12%
21.5. No aplica	6	17,65%
Totales	34	100,00%

Figura 23.

Porcentaje destinado a fletes y transporte considera que no es utilizado directamente para la venta de fruta



De otro lado, para el caso de los 34 negocios encuestados, con la Encuesta 01 en el año 2023, de la Bodega A del mercado de la PH Central de Abastos de Villavicencio (Meta),

realizando una distribución de los rangos y las frecuencias absolutas se determina un 13.89% de ineficiencia por parte de estos comerciantes consultados. Respecto de sus pagos mensuales por transporte se estiman como costos ocultos (Tabla 34) y esto representa en promedio un valor mensual de \$761.226 COP para cada dueño de local de comercialización de frutas.

Tabla 34.

Distribución de pagos por transportes

Marcas de clase									
200.000		400.000		750.000		1.250.000			
17.1		17.1		17.3		17.4		17.5	
5%	1	10%	2	10%	2	10%	4	0%	6
		15%	2	15%	2	12%	2		
				20%	4	15%	8		
						20%	1		
1		4		8		15		6	
5,00%		12,50%		16,25%		13,60%		0,00%	
									13,89%
									\$ 743.136

Consecuentemente, realizando una distribución del costo de telefonía móvil relacionándolo a áreas diferentes de ventas (Tabla 35), el 44.12% que considera que es un 10% e implica un valor promedio de \$309.651 COP, el 23.53% que considera que es un 8% e implica un valor promedio de \$165.147 COP, el 11.76% que considera que es un 5% e implica un valor promedio de \$82.574 COP y el restante 2.94% que considera que es un 2% e implica un valor promedio de \$20.643 COP

5.1.16 Análisis integrador temático

Por lo sistematizado en las preguntas de la Encuesta 01, se puede inferir que las mayorías estipulan:

- Todos ellos tenían espacios para almacenamiento, conservación, presentación de la venta y embalaje en su negocio; sin embargo, aunque la mayoría destina un área mayor de su negocio para Almacenaje

Tabla 35.

Relación de porcentaje a fletes y transporte que se considera no es utilizada directamente para la venta de fruta

Variable	Frec.Absol	Frec.relat.	marca rango	% rango	\$ gto.oculto
			200.000	5,00%	
21.1. Un 2%	1	2,94%	400.000	12,50%	20.643
			750.000	16,25%	
			1.250.000	13,60%	
21.2. Un 5%	4	11,76%	200.000	5,00%	82.574
			400.000	12,50%	
			750.000	16,25%	
			1.250.000	13,60%	
21.3. Un 8%	8	23,53%	200.000	5,00%	165.147
			400.000	12,50%	
			750.000	16,25%	
			1.250.000	13,60%	
21.4. Un 10%	15	44,12%	200.000	5,00%	309.651
			400.000	12,50%	
			750.000	16,25%	
			1.250.000	13,60%	

Tabla 36.

Relación de promedio absoluto de los 34 negocios

PROMEDIO ABSOLUTO				
	%	COSTO POR COMERCIANTE	MENSUAL	ANUAL
JORNALES	13	19.108	649.668	7.796.016
ARRENDAMIENTO	12,29	34.561	1.175.080	14.100.960
ENERGIA ELECTRICA	11,47	24.590	836.064	10.032.768
TRANSPORTE	13,89	21.857	743.136	8.917.635
CONTRIBUCION Y AFILIACION	10,67		743.136	8.917.632
DIVERSOS	9,83	20.418	694.201	8.330.412
MERMAS Y DESPERDICIOS	8,87	22.161	753.476	9.041.712
MANTENIMIENTO	8,48	22.389	761.226	9.134.712
TELEFONIA MOVIL	7,08	4.955	168.478	2.021.736
ACUEDUCTO YALCANTERILLAI	5	6.618	225.000	2.700.000
TOTAL		176.657	6.749.465	80.993.583

- El 9,35% de los comerciantes encuestados han cancelados valores entre \$100.000 COP y \$200.000 COP por conceptos como: costos por energía eléctrica.
- El 15% de comerciantes expresan haber erogado valores entre \$300.000 COP y \$500.000 COP por jornales mensuales (a destajo).

- 55,88% de los comerciantes no pagan valor alguno: por contribuciones y afiliaciones anuales, por acueducto y alcantarillado, por telefonía móvil
- relacionando los rangos involucrados de tiempo en horas de ocio con los rangos de los costos ocultos por jornales se da un costo oculto de \$254.532 COP
- El 38,24% la distribución del costo de energía a áreas diferentes de ventas el 41,18% que considera que es un 10% e implica un valor promedio de \$316.945 COP.
- Un costo de telefonía móvil a áreas diferentes de ventas es el 20,59% que considera que es un 5% e implica un valor promedio de \$33.456 COP.
- En el costo de fletes y transporte a áreas diferentes de ventas considera un 44.12% que considera que es un 10% e implica un valor promedio de \$309.651 COP

Se presentan el uso costos ocultos (de mayor a menor porcentualmente), del total de los 34 negocios consultados con la Encuesta 01 en el año 2023, vinculándolos con su valor absoluto promedio:

- Con el 13.89% de ineficiencia, se calculó costos mensuales de transporte por \$743.136 COP, es decir, \$8.917.635 COP anuales.
- Se obtuvo el 13.00% de ineficiencia, con el cual se calculó costos de jornales mensuales por \$649.668 COP, es decir, \$7.796.011 COP anuales.
- Tuvimos un 12.29% de ineficiencia, siendo el calculó de costos mensuales de cánones de arrendamiento por \$1.175.080 COP, es decir, \$14.100.960 COP anuales.
- Con el 11.47% de ineficiencia, se calculó costos mensuales de energía eléctrica por \$836.064 COP, es decir, \$10.032.763 COP anuales.
- Obteniendo un 10.67% de ineficiencia, se calculó costos anuales de contribuciones y afiliaciones por \$743.136 COP.

- Se obtuvo el 9.83% de ineficiencia, se calculó costos mensuales diversos por \$694.201 COP, es decir, \$8.330.408 COP anuales.
- Con el 8.87% de ineficiencia, se calculó costos mensuales de mermas y desperdicios por \$753.476 COP, es decir, \$9.041.741 COP anuales.
- Se obtuvo el 8.48% de ineficiencia, con el cual se calculó costos mensuales de mantenimiento por \$761.226 COP, es decir, \$9.134.708 COP anuales.
- Con el 7.08% de ineficiencia, se calculó costos mensuales de telefonía móvil por \$168.478 COP, es decir, \$2.021.739 COP anuales.
- Se obtuvo el 5.00% de ineficiencia, con lo cual se calculó costos mensuales de acueducto y alcantarillado por \$225.000 COP, es decir, \$2.700.00 COP anuales.

Finalmente, hallando un porcentaje promedio simple se identifica una cifra del 10.06% de ineficiencia por los costos ocultos y calculando un porcentaje promedio ponderado (considerando los valores monetarios) se identifica una cifra del 11.13% de ineficiencia por costos ocultos, valor relativo que está cerca del primer dato.

Algunas observaciones que se pueden aportar es que es el costo oculto por transportes (fletes) fue el concepto que mayor porcentaje generó y términos absolutos monetarios el rubro que más valor representó en promedio fue el de cánones de arrendamiento. Sin embargo, es de destacar que el impacto monetario promedio simple de costos ocultos es de \$9.274.735 COP y si se toma el promedio ponderado es de \$10.265.755 COP

CAPÍTULO VII

7 Conclusiones

Inicialmente, se logró identificar los costos ocultos de los comerciantes de frutas de la PH Central de Abastos de Villavicencio (Meta), y en su orden los que son representativamente más significativamente son los costos por jornales, luego en un rango medio estuvieron los costos por energía eléctrica, costos por mantenimiento, costos por transporte, costos diversos, costos por deterioros y mermas, y en un mínimo rango de valor estuvieron los costos por energía eléctrica.

Seguidamente, se pudo determinar el porcentaje de ineficiencia de los costos ocultos por parte de los comerciantes de frutas de la PH Central de Abastos de Villavicencio, consultados con la Encuesta 01 en el año 2023, y en su orden hubo un 13.89% por costos de transporte, un 13.00% por jornales, un 12.29% por cánones de arrendamiento, un 11.47% por energía eléctrica, un 10.67% por contribuciones y afiliaciones, un 9.83% por costos diversos, un 8.87% por mermas y desperdicios, un 8.48% por mantenimiento, un 7.08% por telefonía móvil y un 5.00% por acueducto y alcantarillado.

Finalmente, se logró cuantificar el impacto en los procesos de gestión por los costos ocultos por parte de los comerciantes de frutas de la PH Central de Abastos de Villavicencio, consultados con la Encuesta 01 en el año 2023, y términos absolutos los que anualmente tienen un mayor impacto fueron los costos por arrendamientos (\$14.100.960 COP anuales), luego en mediano impacto están los costos por energía eléctrica (\$10.032.768 COP anuales), por mantenimiento (\$9.134.708 COP anuales), por mermas y desperdicios (\$9.041.741 COP anuales), por transporte (\$8.917.635 COP anuales), por costos diversos (\$8.330.408 COP anuales) y por jornales (\$7.796.011 COP anuales), y con un bajo impacto estuvieron los costos

por acueducto y alcantarillado (\$2.700.00 COP anuales), por telefonía móvil (\$2.021.739 COP anuales) y por contribuciones y afiliaciones (\$743.136 COP)

Se estima que hubo limitaciones en cuanto a resistencias por emitir información, puesto que inicialmente se creyó que los datos suministrados tendrían algún tipo de consecuencia en asuntos relacionados con la DIAN o entidades de control del gobierno; también, pudo haber impresiones al emitir los porcentajes que representaban los rubros preguntados sobre el total de costos de su negocio. Hay que decir que la gran mayoría quiso contestar el instrumento de recolección de información, pero no querían firmar el consentimiento informado.

CAPÍTULO VIII

8 Recomendaciones

Se recomienda, a los comerciantes de fruta de la Bodega A del mercado de la PH Central de Abastos de Villavicencio (Meta), poder reconocer este tema de costos ocultos y sus responsables, determinar su control y evaluación que la entidad hace sobre estos costos, procurar posibles herramientas de control utilizadas para la gestión, establecer los aspectos considerados a mejorar, para lo cual se plantea lo siguiente:

- Revisar la contratación de personal por la modalidad a destajo (jornales) para que estos sean realmente racionales en personas para ello y su dedicación en cuanto a cantidad de horas o días empleado para que su decisión sea la más acertada.
- Racionalizar la utilización de espacios, para que esta se dé de manera más apropiada, se gane más por metro cuadrado y no se malgasten áreas de forma improductiva o se subutilicen lo que no haría que el arrendamiento pagado no sea un costo realmente razonado.
- Evaluar la utilización de los servicios públicos, evitando malgastos en energía eléctrica y servicio de celular, principalmente, por destinación diferente a la actividad propia del negocio.
- Controlar los gastos mensuales por mantenimientos y reparaciones, procurando que estos sean racionales y manteniendo una cultura de mayor cuidado de los bienes del negocio.
- Llevar un registro de los costos por transporte de productos, tanto de los recorridos de los puntos de los distribuidores mayoristas hacia los negocios de los comerciantes abordados, buscando una economía de los mismos, ya que algunos se pueden realizar de modo conjunto entre varios de estos negocios.

- Llevar reportes de la fruta adquirida por proveedor e indicar detalladamente datos como ubicación, conservación y reposiciones en el área de venta.
- Revisar periódicamente la conservación de las frutas, puesto que todas tienen lapsos de deterioro distintos que originan con facilidad mermas predecibles y se evitarían pérdidas innecesarias.
- Determinar apropiadamente la fruta sobrante o deteriorada para venderla o eliminarla debido a que no se encuentra en buenas condiciones para su comercialización, generando un costo adicional.
- Mantener un control de inventarios conforme a los pedidos realizados, ya que son los clientes quienes rechazarán la fruta si no se conservan sus características originales.
- No ignorar estos costos porque son importantes para la toma de decisiones, por lo que su reconocimiento y control cambiarán significativamente el direccionamiento comercial del negocio, por lo que hacer un análisis periódico es importante para llevar a cabo los cambios necesarios y sería el primer paso para tener un método de identificación de costos ocultos funcional.

Referencias bibliográficas

- Aquel Bessolo, S., Cicerchia, L., Contreras Capella, J., Angarita, Y., Ariza Molero, M. V., Monsalve Peláez, M., Portocarrero Sierra, L., Restrepo Morales, J., Rico Calvano, F., Jácome Castilla, N., Angarita, M. S., & Caicedo, N. G. (2016). *Gestión contable y financiera en organizaciones. Un enfoque global* (Universidad Simón Bolívar (ed.); 22 Edición). <http://hdl.handle.net/20.500.12442/2621>
- Berrones Cando, M. Á. (2020). *Los costos ocultos y su impacto en la rentabilidad de las empresas del Parque Industrial del Cantón Riobamba, año 2018* [Universidad Nacional de Chimborazo]. <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/6794/1/TRABAJO DE TITULACIÓN MIGUEL ÁNGEL BERRONES CANDO -CPA.pdf>
- Castañeda Aldave, E. M., & Hernández Moreno, C. K. (2019). *Costos ocultos y su impacto en el resultado financiero de la empresa corporación Velsalit S.A.C., Lima 2018* [Universidad Privada Antenor Orrego]. https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/5126/1/RE_CONT_EVELYN.CASTAÑEDA_CLAUDIA.HERNÁNDEZ_COSTOS.OCULTOS_DATOS.pdf
- Castebianco, O. E. (2019). *Costos empresariales: Manejo financiero y gerencial* (ECO Ediciones Ltda. (ed.); Primera ed).
- Central de Abastos de Villavicencio PH. (2020). *Mapa Central de Abastos de Villavicencio P.H.* <https://cav.com.co/ubicacion.html>
- CONSULTORSALUD S.A.S. (2019). *NIIF actualiza sus marcos técnicos – Decreto 2483 de 2018*. <https://consultorsalud.com/niif-actualiza-sus-marcos-tecnicos-decreto-2483-de-2018/#:~:text=Mediante el Decreto 2483 de,de 2016 y 2170 de>
- Cortés Acuña, C., & Castañeda Pérez, Y. (2020). *illavicencio: de nacimiento espontáneo a*

ciudad intermedia actual. *Revista Territorios, Especial*(43), 1–24.

<https://doi.org/https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/territorios/a.8284>

Delgado López, G. O. (2017). *Diseño del sistema de gestión ambiental de la Central de Abastos de Villavicencio CAV (PH)* [Universidad Santo Tomás].

<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/12386/2017ginadelgado.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

DispatchTrack. (2020). *Costos ocultos en transporte y logística: ¿cómo identificarlos y reducirlos?* [https://www.beetrack.com/es/blog/los-secretos-de-los-costos-ocultos-en-logistica#:~:text=3.,se dan con mayor rapidez.](https://www.beetrack.com/es/blog/los-secretos-de-los-costos-ocultos-en-logistica#:~:text=3.,se%20dan%20con%20mayor%20rapidez)

Fullstep. (2021). *Cómo identificar los costes ocultos de tu empresa.*

<https://www.fullstep.com/actualidad/blog/como-identificar-los-costes-ocultos-de-tu-empresa/>

Gerencie.com. (2021). *Propiedad horizontal en Colombia.* https://www.gerencie.com/propiedad-horizontal.html#Clasificacion_de_la_propiedad_horizontal_segun_su_destinacion_o_uso

Gestion.org. (2021). *Los tipos de costos y cómo se pueden clasificar según los parámetros que necesites medir.* <https://www.gestion.org/los-tipos-costos/>

Ministerio de Comercio Industria y Turismo, & Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2019). *Resolución Conjunta 2225 de 2019.*

https://jurinfo.jep.gov.co/normograma/compilacion/docs/resolucion_mincomercioit_2225_2019.htm

Parra Acosta, J. F., & Peña González, Y. C. (2014). La teoría de los costosdesempeños ocultos: una aproximación teórica. *Cuadernos de Contabilidad*, 15(39), 725–743.

<https://doi.org/10.11144/Javeriana.cc15-39.tcd>

Presidencia de la República de Colombia. (2019). *Decreto 957 de 2019.*

[https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO 957 DEL 05 DE JUNIO DE 2019.pdf](https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%20957%20DEL%2005%20DE%20JUNIO%20DE%202019.pdf)

QuestionPro. (2020). *Investigación mixta. Qué es y tipos que existen.*

<https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-mixta/>

Rivera Cobeña, A. L., & Vergara Garcés, I. M. (2017). *Impacto de los costos ocultos en la producción y comercialización de Café Conquistador S.A.* [Universidad de Guayaquil].

[http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/39277/1/TESIS ANGELA RIVERA - IVANNA VERGARA.pdf](http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/39277/1/TESIS%20ANGELA%20RIVERA%20-%20IVANNA%20VERGARA.pdf)

Suárez Salazar, R. A. (2018). *Costos ocultos como factor de pérdida de competitividad en tres empresas* [Universidad de EAFIT].

https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/12592/RobinsonAlejandro_SuarezSalazar_2018.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Vásquez Ossa, J. A., & Tobón Gil, M. M. (2019). *Gestión de los costos ocultos como costo de oportunidad para la rentabilidad de las empresas* [Tecnológico de Antioquia Institución

Universitaria]. [https://dspace.tdea.edu.co/bitstream/handle/tda/557/GESTION DE LOS COSTOS OCULTOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://dspace.tdea.edu.co/bitstream/handle/tda/557/GESTION%20DE%20LOS%20COSTOS%20OCULTOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Wagner, R. (2021). *Costos ocultos en producción.* <https://www.alborum.com/costos-ocultos-en-produccion/>

Zuluaga Serna, J. M. (2020). *Diseño de estrategia para gestionar costos ocultos en las MiPYMES del sector confecciones del área metropolitana - Medellín* [Universidad de Medellín].

https://repository.udem.edu.co/bitstream/handle/11407/6357/T_MF_437.pdf?sequence=2

Anexos

Anexo A.

Modelo de Encuesta 01

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS, UNIMINUTO.
RECTORÍA ORINOQUÍA, PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA
ENCUESTA 01

Cordial saludo

OBJETIVO GENERAL: Analizar los costos ocultos como insumo de herramienta de gestión estratégica para los comerciantes de frutas de la Bodega A de la PH Central de Abastos de Villavicencio, LLANABASTOS

Este instrumento de recolección de información se constituye en insumo informativo para el trabajo de grado de los estudiantes de UNIMINUTO, por lo que no tendrá otro fin, ni será información utilizada por algún otro estamento público o privado.

Respetuosamente, se le solicita contestar seleccionando una única respuesta por cada pregunta y se le agradece, de antemano, su efectiva colaboración

1. Datos de la persona que responde este instrumento
 - 1.1. Cargo: _____
 - 1.2. Nivel escolar: _____

2. Datos del establecimiento comercial
 - 2.1. Nombre del establecimiento comercial: _____

3. Tiempo de comercialización de frutas
 - 3.1. Menos de un año
 - 3.2. Entre uno y dos años
 - 3.3. Entre dos y cinco años
 - 3.4. Más de cinco años

Antes de proseguir, recuerde que:

*Se denominan **costos ocultos** ya que no logran ser evidenciados por los sistemas contables tradicionales, por no tener las características de los costos visibles, lo que hace que su existencia y cuantía sean ignoradas a la hora de tomar la mayoría de las decisiones organizacionales. (Parra Acosta & Peña González, 2014)*

Respetuosamente se solicita dar una respuesta a cada de las siguientes afirmaciones sobre costos ocultos:

4. En su negocio ¿cuáles de las siguientes modalidades de contratación de personal se dan?
- 4.1. Contratación por salario (nómina permanente) SI NO
- 4.2. Contrato por jornal (a destajo) SI NO
- 4.3. Contrato por prestación de servicios SI NO

5. ¿Con qué frecuencia se deben asumir costos por jornales en su negocio?

- 5.1. 3 horas
- 5.2. 6 horas
- 5.3. 8 horas
- 5.4. O más 8 horas

6. Si hay pagos por jornales, los pagos mensuales de estos

- 6.1. Están entre \$100.000 y \$300.000
- 6.2. Está entre \$300.000 y \$500.000
- 6.3. Está entre \$500.000 y \$1.000.000
- 6.4. Es superior a \$1.000.000
- 6.5. No se da este costo

El porcentaje respecto a sus costos totales mensual es aproximadamente del _____ %

7. Si se dan pagos por contribuciones y afiliaciones, estos pagos anuales

- 7.1. Están entre \$200.000 y \$500.000
- 7.2. Está entre \$500.000 y \$1.000.000
- 7.3. Está entre \$1.000.000 y \$2.000.000
- 7.4. Es superior a \$2.000.000
- 7.5. No se da este costo

El porcentaje respecto a sus costos totales mensual es aproximadamente del _____ %

8. Si cancela un canon de arrendamiento mensual, su valor.

- 8.1. Está entre \$300.000 y \$1.000.000
- 8.2. Está entre \$1.000.000 y \$1.800.000
- 8.3. Está entre \$1.800.000 y \$3.000.000
- 8.4. Es mayor a \$3.000.000
- 8.5. No se da este costo

El porcentaje respecto a sus costos totales mensual es aproximadamente del _____ %

9. En el área de su local donde funciona su negocio es aprovechada para

- 9.1. Almacenamiento SI NO _____ %
- 9.2. Conservación SI NO _____ %
- 9.3. Presentación de la venta SI NO _____ %
- 9.4. Presentación de la venta SI NO _____ %

10. Si se da un costo mensual por energía eléctrica, su valor.

- 10.1. Está entre \$100.000 y \$200.000
- 10.2. Está entre \$200.000 y \$500.000
- 10.3. Está entre \$500.000 y \$1.000.000
- 10.4. Es mayor a \$1.000.000

10.5. No se da este costo

El porcentaje respecto a sus costos totales mensual es aproximadamente del _____ %

11. Si se da un costo mensual por acueducto y alcantarillado, su valor.

11.1. Está entre \$50.000 y \$100.000

11.2. Está entre \$100.000 y \$150.000

11.3. Está entre \$150.000 y \$200.000

11.4. Es superior a \$200.000

11.5. No se da este costo

El porcentaje respecto a sus costos totales mensual es aproximadamente del _____ %

12. Si se da un costo de telefonía móvil, su valor:

12.1. Está entre \$50.000 y \$100.000

12.2. Está entre \$100.000 y \$150.000

12.3. Está entre \$150.000 y \$200.000

12.4. Es superior a \$200.000

12.5. No se da este costo

El porcentaje respecto a sus costos totales mensual es aproximadamente del _____ %

13. En su negocio se produce algún costo debido a:

13.1. Deterioro por mermas SI NO

13.2. Deterioro por desperdicios SI NO

14. Si hay mermas y desperdicios están entre:

14.1. Está entre \$100.000 y \$300.000

14.2. Está entre \$300.000 y \$500.000

14.3. Está entre \$500.000 y \$1.000.000

14.4. Es mayor a \$1.000.000

14.5. No se da este costo

El porcentaje respecto a sus costos totales mensual es aproximadamente del _____ %

15. Se generan costos diversos entre:

15.1. Está entre \$100.000 y \$300.000

15.2. Está entre \$300.000 y \$500.000

15.3. Está entre \$500.000 y \$1.000.000

15.4. Es mayor a \$1.000.000

15.5. No se da este costo

El porcentaje respecto a sus costos totales mensual es aproximadamente del _____ %

16. Si hay mantenimientos y mantenimientos los pagos de estos:

16.1. Está entre \$100.000 y \$300.000

16.2. Está entre \$300.000 y \$500.000

16.3. Está entre \$500.000 y \$1.000.000

16.4. Es mayor a \$1.000.000

16.5. No se da este costo

El porcentaje respecto a sus costos totales mensual es aproximadamente del _____ %

17. Si hay transportes los pagos de estos:

- 17.1. Está entre \$100.000 y \$300.000
- 17.2. Está entre \$300.000 y \$500.000
- 17.3. Está entre \$500.000 y \$1.000.000
- 17.4. Es mayor a \$1.000.000
- 17.5. No se da este costo

El porcentaje respecto a sus costos totales mensual es aproximadamente del _____ %

18. De la intensidad horaria del personal contratado, ¿qué porcentaje es estimado de tiempo ocio?

- 18.1. 1 hora
- 18.2. 2 horas
- 18.3. No Aplica

19. ¿Qué porcentaje del consumo de energía eléctrica considera que no es utilizado directamente para la venta de frutas?

- 19.1. Un 5%
- 19.2. Un 8%
- 19.3. Un 10%
- 19.4. Un 12%
- 19.5. Un 15%

20. ¿Qué porcentaje del consumo de telefonía móvil considera que no es utilizado directamente para la venta de frutas?

- 20.1. Un 5%
- 20.2. Un 8%
- 20.3. Un 10%
- 20.4. No Aplica

21. ¿Qué porcentaje destinado a fletes y transporte considera que no es utilizado directamente para la venta de fruta?

- 21.1. Un 2%
- 21.2. Un 5%
- 21.3. Un 8%
- 21.4. Un 10%
- 21.5. No Aplica

Se agradece su alta atención y colaboración

ESTUDIANTES INVESTIGADORES

Sharon Shirley Márquez Moreno

Geidy Yudi Marta Anzueta

Any Alejandra Pérez Castrillón

Anexo B.
Registro fotográfico de los investigadores in situ



RAE: Resumen Analítico en Educación

- Título:** Análisis de los costos ocultos como herramienta de gestión para los comerciantes de frutas de la PH Central de Abastos de Villavicencio, LLANABASTOS, de la sección A
- Autores:** Sharon Shirley Márquez Moreno, Geidy Yudi Marta Anzueta y Any Alejandra Pérez Castrillón.
- Fecha:** 10 de junio de 2023
- Palabras clave:** Contabilidad administrativa, Costos ocultos, Desempeños ocultos, Gestión contable, Sistemas de costeo, Toma de decisiones
- Descripción:** Trabajo de grado para optar al título de Contador público.
- Contenidos:** Esta propuesta de trabajo de grado propuso analizar los costos ocultos como insumo de herramienta de gestión estratégica para los comerciantes de frutas de la PH Central de Abastos de Villavicencio; para ello, inicialmente, se identificaron los costos ocultos, se determinó el porcentaje de ineficiencia causada por estos costos ocultos y se cuantificó el impacto generado en los procesos de gestión por los costos ocultos empleando para ello un instrumento de recolección de información que se aplicó a una muestra de 34 locales y se sistematizaron los resultados obtenidos de dicho trabajo de campo
- Metodología:** Esta propuesta de trabajo de grado propuso analizar los costos ocultos como insumo de herramienta de gestión estratégica para los comerciantes de frutas de la PH Central de Abastos de Villavicencio; para ello, inicialmente, se identificaron los costos ocultos, se determinó el porcentaje de ineficiencia causada por estos costos ocultos y se cuantificó el impacto generado en los procesos de gestión por los costos ocultos empleando para ello un instrumento de recolección de información que se aplicó a una muestra de 34 locales y se sistematizaron los resultados obtenidos de dicho trabajo de campo
- Conclusiones:** Se logró identificar los costos ocultos de los comerciantes de frutas de la PH Central de Abastos de Villavicencio (Meta), y en su orden los que son representativamente más significativamente son los costos por jornales, luego en un rango medio estuvieron los costos por energía eléctrica, costos por

mantenimiento, costos por transporte, costos diversos, costos por deterioros y mermas, y en un mínimo rango de valor estuvieron los costos por energía eléctrica. Seguidamente, se pudo determinar el porcentaje de ineficiencia de los costos ocultos por parte de los comerciantes de frutas de la PH Central de Abastos de Villavicencio, consultados con la Encuesta 01 en el año 2023, y en su orden hubo un 13.89% por costos de transporte, un 13.00% por jornales, un 12.29% por cánones de arrendamiento, un 11.47% por energía eléctrica, un 10.67% por contribuciones y afiliaciones, un 9.83% por costos diversos, un 8.87% por mermas y desperdicios, un 8.48% por mantenimiento, un 7.08% por telefonía móvil y un 5.00% por acueducto y alcantarillado. Finalmente, se logró cuantificar el impacto en los procesos de gestión por los costos ocultos por parte de los comerciantes de frutas de la Bodega A del mercado de la PH Central de Abastos de Villavicencio, consultados con la Encuesta 01 en el año 2023, y términos absolutos los que anualmente tienen un mayor impacto fueron los costos por arrendamientos (\$14.100.960 COP anuales), luego en mediano impacto están los costos por energía eléctrica (\$10.032.763 COP anuales), por mantenimiento (\$9.134.708 COP anuales), por mermas y desperdicios (\$9.041.741 COP anuales), por transporte (\$8.917.635 COP anuales), por costos diversos (\$8.330.408 COP anuales) y por jornales (\$7.796.011 COP anuales), y con un bajo impacto estuvieron los costos por acueducto y alcantarillado (\$2.700.00 COP anuales), por telefonía móvil (\$2.021.739 COP anuales) y por contribuciones y afiliaciones (\$743.136 COP). Se estima que hubo limitaciones en cuanto a resistencias por emitir información, puesto que inicialmente se creyó que los datos suministrados tendrían algún tipo de consecuencia en asuntos relacionados con la DIAN o entidades de control del gobierno; también, pudo haber impresiones al emitir los porcentajes que representaban los rubros preguntados sobre el total de costos de su negocio.