



CONCEPTO

04 PUNTO MUERTO

Tanto para poner en marcha una tienda como para lanzar una nueva línea de negocio, debes diseñar un plan. Y este plan tiene que terminar traduciéndose en números. Los números expresarán los ingresos y gastos estimados, según unos argumentos razonables; si estableces varios escenarios, las mayores probabilidades de éxito aumentarán, al haber anticipado diferentes situaciones. Esos números deben tener en cuenta el punto muerto del negocio o el proyecto.

El punto muerto o punto de equilibrio es el volumen de actividad que cubre todos los costes del negocio, sean estos fijos o variables. Todo negocio tiene unos costes fijos; otros costes son variables y evolucionan al ritmo de la actividad. Para calcular el punto de equilibrio de un proyecto, el punto muerto a partir del cual se empiezan a generar beneficios, tenemos que valorar esos costes fijos en unidades monetarias y los variables en porcentaje sobre las unidades de venta.

El punto de equilibrio indica cuándo comienzas a generar beneficios. Puedes evaluar la medida de estos beneficios mediante su comparación con los recursos asignados, calculando la rentabilidad económica (Return on Assets o ROA), que divide el beneficio neto entre el valor del activo; también puedes considerar la rentabilidad de los recursos propios (Return On Equity o ROE), como cociente entre el beneficio neto y los fondos propios.

CÁLCULO DE BENEFICIOS

$$ROA = \frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Activos}}$$

$$ROE = \frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Fondos propios}}$$

Mejor con un ejemplo

Volviendo al punto muerto, este concepto es aplicable más allá de la puesta en marcha de un negocio. Planteemos un proyecto para incorporar una línea de negocio para la venta de cerraduras electrónicas. Consideremos que el acuerdo con el proveedor para la instalación del expositor con la garantía del servicio tiene un coste anual de 6.000 euros, que cada unidad se venderá por 55 euros y que llevará aparejado un coste variable del 50%; esto supone un margen unitario del 50% o, lo que es lo mismo: 27,50 euros por cada cerradura vendida. Para saber cuántas unidades hay que vender para cubrir los 6.000 euros anuales de costes fijos, dividimos esta cifra entre ese margen unitario de 27,50 euros y vemos que tendríamos que vender 219 unidades al año (19 al mes) para empezar a ver resultados positivos.

FÓRMULA

$$\text{Punto muerto} = \frac{6.000,00}{27,50} = 218,18$$



Para el caso expuesto, en el que apostamos por una línea de negocio con crecimiento potencial, nos planteamos la contratación de un comercial con conocimientos técnicos que pueda incentivar la venta, acudiendo a potenciales clientes (otras tiendas, oficinas comunidades de vecinos) y realizando un servicio posventa para una resolución de incidencias más ágil y positiva.

Calcula el volumen de actividad a partir del cual se obtienen beneficios

La retribución del puesto supondrá un coste salarial de 25.000 euros anuales, incluyendo seguros sociales, más un 10% de cada unidad vendida. La atención personalizada aportará confianza a un producto que tiene una excelente calidad, así que aumentaremos el precio hasta los 60 euros.

Este aumento de precio no afectará al coste unitario, que seguirá siendo de 27,50 euros; pero el incentivo del 10% del comercial, sí, de modo que el nuevo coste unitario será de 33,50 euros = 27,50 + 6,00 (10% de 60). Esto nos deja un margen unitario de 26,50 euros. La nueva referencia de coste fijo es de 31.000 euros = 6.000 + 25.000, por lo que tendremos que dividir esos 31.000 euros entre los 26,50 de margen unitario. De este modo, habrá que vender 1.170 unidades al año para cubrir costes (o sea, 98 unidades al mes).

FÓRMULA

$$\text{Punto muerto} = \frac{31.000,00}{26,50} = 1.169,81$$

Los ejemplos expuestos tienen una gran simplificación en sus planteamientos, por supuesto. Y la determinación del punto de equilibrio para un negocio con múltiples líneas de venta y amplia variedad de precios y márgenes brutos conlleva una mayor sofisticación en los cálculos. Pero este tipo de análisis también se puede ejecutar utilizando grandes números con visión general. Sin llegar a un grado de precisión extrema, esta herramienta es útil para disponer de metas claras a superar. Es un modo práctico de disponer de indicadores que respalden cuantitativamente las decisiones del empresario.

Aunque el propio emprendedor puede preparar esta información, no es descartable que plantees la petición a la asesoría y que esta nos indique qué datos debemos aportarle para que sea preparen el informe que requieres. Alternativamente, puedes implantar un software de gestión en el que se parametrize el informe correspondiente y te devuelva el valor del punto de equilibrio con los datos que le proporciones.

Promueve:



Financia:

