



# Isotermos Canarias

## Toma de decisiones

Jose Ignacio González Gómez

Departamento de Economía Financiera y Contabilidad - Universidad de La Laguna

[www.jggomez.eu](http://www.jggomez.eu)

Fuente: [REDACTED]

### Enunciado

La empresa Isotermos Canarios fabrica 2 modelos de depósitos isotermos (A y B) cuya información es la que sigue:

ISOTERMOS		
	Dep. Mod. A	Dep. Mod. A
Uds Vendidas	10.000 uds	25.000 uds
Ingresos Vtas	100.000 um	125.000 um
Costes Variables	70.000 um	85.000 um
Costes Fijos		30.000 um

Si contásemos con 5.000 u.m. para una campaña que nos permitiera publicitar uno de los 2 productos y supiésemos que eso supondría un incremento en el volumen de ventas del producto elegido de 3.000 u.f., ¿qué producto aconsejaría publicitar y por qué?

### Solución

Acogeremos el incremento de los costes fijos derivados de la campaña publicitaria, siempre y cuando el incremento de unidades vendidas y/o ingreso por ventas compense los citados costes fijos.

	Dep. Mod. A	Dep. Mod. A		
	Total	Unitario	Total	Unitario
Uds Vendidas	10.000 uds		25.000 uds	
		10,0		
Ingresos Netos	100.000 um	um/ud	125.000 um	5,0 um/ud
Costes Variables	70.000 um	7,0 um/ud	85.000 um	3,4 um/ud
Rtdo. Bruto / Marg Unitario	30.000 um	3,0 um/ud	40.000 um	1,6 um/ud
<u>Antes de Publicidad</u>				
		Costes Fijos		30.000 um
			Resultado Neto	40.000 um
<u>Con Publicidad</u>				
			5.000 um	3.000 uds
Ingresos Extras	30.000 um	um/ud	15.000 um	5,0 um/ud
Costes Variables Extras	21.000 um	7,0 um/ud	10.200 um	3,4 um/ud
Rtdo. Bruto / Marg Unitario	9.000 um	3,0 um/ud	4.800 um	1,6 um/ud
Coste Fijo Extra	5.000 um	1,7 um/ud	5.000 um	1,7 um/ud
Rtdo Extra Incrementado		4.000 um		-200 um

Como el gasto en publicidad provocaría un incremento del volumen de ventas en 3.000 u.f., se debería publicitar aquel producto con un MCu mayor, pues ello sería indicativo de que es el que proporcionaría más u.m. por u.f. vendida para cubrir costes fijos (que son 35.000 u.m.) y una vez cubiertos dar beneficios.  $MCuA = 10 - 7 = 3 \text{ u.m./u.f.}$   $MCuB = 5 - 3,4 = 1,6 \text{ u.m./u.f.}$  Si se publicita el producto A el

incremento de beneficio sería de  $nº\text{ u.f.} \times \text{MCuA} = 3.000 \times 3 = 9.000\text{ u.m.}$  (con las que podríamos cubrir el incremento de costes fijos de 5.000 u.m. e incluso tener beneficios de 4.000 u.m.). Si se publicitara el producto B el incremento de beneficio sería de  $nº\text{ u.f.} \times \text{MCuB} = 3.000 \times 1.6 = 4.800\text{ u.m.}$  (con las que no sería siquiera posible cubrir el incremento de costes fijos de 5.000 u.m. de la campaña publicitaria).