

**COSTOS – GASTOS Y SU IMPACTO EN LA RENTABILIDAD DE
LA EMPRESA “XPARTA ENTERTAINMENT SAS”.**

ESTEBAN NAVARRO SALAMANCA



**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA COMFACAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PROGRAMA CONTADURÍA PÚBLICA
POPAYÁN
2024**

**COSTOS – GASTOS Y SU IMPACTO EN LA RENTABILIDAD DE
LA EMPRESA “XPARTA ENTERTAINMENT SAS”.**

ESTEBAN NAVARRO SALAMANCA

Trabajo presentado como opción de grado para optar el título de: Contador público.

Presentado a Directora de grado

Dra.

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA COMFACAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PROGRAMA CONTADURÍA PÚBLICA**

POPAYÁN

2024

Dedicatoria

La obtención de este logro, se la dedico especialmente a Dios todo poderoso, por concederme la oportunidad de vivir y haber alcanzado la meta propuesta.

Dedico este trabajo a unas personas muy especiales en mi vida como mi compañera sentimental, Luisa Daniela Satizabal; a mis padres, Ricardo Navarro e Isabel Salamanca; y a mi hermana, Angie López. Cada uno de ustedes ha sido un pilar fundamental en mi carrera profesional. Sin su incondicional apoyo y compañía, no estaría alcanzando este significativo logro en mi vida. Gracias por estar siempre a mi lado.

A la demás familia, mis agradecimientos por compartir este esfuerzo y logros, por darme su comprensión y ánimo para continuar con mis proyectos.

A todas aquellas personas que de alguna manera permitieron que este sueño de alimentar mi conocimiento, mis esperanzas y mi futuro se puedan hacer realidad, para poder transmitir mis saberes en el entorno: Laboral, profesional y personal.

Esteban Navarro Salamanca

Agradecimientos

Presento los más sinceros agradecimientos a:

A Dios todo poderoso por permitirme empezar y terminar el presente trabajo como o puede grado en Modalidad de Diplomado y la oportunidad de alcanzar este nuevo peldaño más, en mi formación de mi carrera profesional.

A los docentes de la **CORPORACIÓN UNIVERSITARIA COMFACAUCA “UNICOMFACAUCA”** por sus valiosos aportes y conocimientos en las diferentes asignaturas correspondientes al programa de CONTADURIA PÚBLICA.

A los directivos de la Empresa ***XPARTA ENTERTAINMENT SAS***, por permitirme desarrollar los objetivos del presente trabajo de grado y la aplicación de las técnicas de información para el análisis respectivo de la estructura de costos.

A todas aquellas personas que de alguna manera colaboraron para llevar a feliz término el presente trabajo.

El autor.

-

Tabla de Contenido

RESUMEN	11
INTRODUCCIÓN	13
1. EL PROBLEMA	15
1.1. Planteamiento del Problema.	15
1.2. Descripción del Problema.	17
1.3. Formulación del Problema.	18
1.4. Sistematización del Problema.	18
2. JUSTIFICACIÓN	19
3. OBJETIVOS	21
3.1. Objetivos General	21
3.2. Objetivos Especificos	21
4. MARCO REFERENCIAL²²	
4.1. Marco Contextual.	22
<i>4.1.1. Contexto de la Empresa digital Xparta Entertainment SAS.</i>	22
<i>4.1.2. Identificación del Emprendimiento.</i>	23
<i>4.1.3. Características del Servicio.</i>	24
4.2. Estado de arte.	33
<i>4.2.1 .Referencias internacionales.</i>	33
<i>4.2.2. Referentes Nacionales</i>	37
<i>4.2.3. Referentes Locales.</i>	39
4.3. Marco teórico	40
<i>4.3.1. Contabilidad de costos</i>	40

4.3.2. <i>Sistemas de costos</i>	42
4.3.3. <i>Clasificación de los costos.</i>	43
4.3.4. <i>Control de los Costos.</i>	44
4.3.5. <i>Elementos de costo de producción u operación.</i>	45
4.3.6. <i>Costos ABC</i>	46
4.4. Marco Conceptual	49
5. METODOLOGIA	51
5.1. Tipo de Estudio	51
5.2. Tipo de Enfoque	51
5. 3. Fuentes de Investigación	53
5.3.1. <i>Fuentes primarias</i>	53
5.3.2. <i>Fuentes secundarias</i>	53
5.4. Abordaje.	54
5.5. Fases Metodológicas	54
5.5.1. <i>Fase I. Revisión Documental.</i>	54
5.5.2. <i>Fase II. Diagnóstico estudio de costos de la empresa Xparta Entertainment SAS.</i>	54
5.5.3. <i>Fase III. Análisis de la Información.</i>	54
5.5.4. <i>Fase IV. Presentación de la Propuesta de la Estructura de Costos ABC.</i>	55
6. RESULTADOS DEL ESTUDIO	57
6.1. Diagnóstico Empresa <i>Xparta Entertainment.</i>	57
6.1.1. <i>Preguntas Guía para los directivos y administradores de la Empresa Xparta</i>	57
6.2. Establecimiento de los precios comerciales.	63
6.2.1. <i>Pasos para Establecimiento de los precios comerciales.</i>	64
6.3. Segmento del Cliente.	68
6.4. Costo por cada actividad de los procesos de células de grabación.	71

7. PROPUESTA ESTRUCTURA DE SISTEMA DE COSTOS ABC	90
7.1. Propuesta Estructura de Precios Competitivos.	92
1. <i>Análisis del Mercado</i>	92
2. <i>Valor Percibido</i>	92
3. <i>Costos Internos</i>	93
4. <i>Estrategias de Precios</i>	93
5. <i>Pruebas y Ajustes</i>	94
6. <i>Transparencia y Comunicación</i>	94
7.2. Propuesta Estructura de Costo por Procesos para Xparta Entertainment SAS.	95
1. <i>Definición de Procesos</i>	95
2. <i>Asignación de Costos a Procesos</i>	95
3. <i>Determinación del Costo Unitario</i>	96
4. <i>Registro y Control de Costos</i>	96
5. <i>Análisis de Ingresos por Cliente</i>	96
6. <i>Determinación de Rentabilidad</i>	97
7. <i>Reportes y Toma de Decisiones</i>	97
8. <i>Revisión y Mejora Continua</i>	97
CONCLUSIONES	98
RECOMENDACIONES	100
BIBLIOGRAFÍA	101

Lista de Tablas

Tabla 1	Diagnóstico DOFA. Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas.	57
Tabla 2	Costos asociados con cada etapa de la producción Empresa Xparta E.	60
Tabla 3	Costo total de producción de las células de grabación Empresa Xparta	61
Tabla 4	Precios promedio videos comerciales empresa de México y Colombia.	63
Tabla 5	Determinación precio de costo, utilidad marginal y punto de equilibrio.	66
Tabla 6	Detalle del ingreso y generación del ingreso.	68
Tabla 7	Identificación de la estructuración de costos.	68
Tabla 8	Análisis de costos directos y mano de obra directa.	69
Tabla 9	Costos Proceso Comité Creativo.	71
Tabla 10	Costos Proceso elaboración de guiones.	72
Tabla 11	Costos Proceso entrega y correcciones de guiones.	73
Tabla 12	Costos Proceso identificación de requerimientos.	74
Tabla 13	Costos proceso de marcaciones.	75
Tabla 14	Costos cronograma de actividades.	76
Tabla 15	Costo Creación de presupuestos.	77
Tabla 16	Costo Producción y Postproducción.	78
Tabla 17	Discriminación de depreciación activos fijos. Xparta Entertainment.	79
Tabla 18	Costo recepción de facturas	82
Tabla 19	Descripción de costos totales por proceso de actividad celula grabación.	83
Tabla 20	Análisis de materia prima dos clientes fijos	84
Tabla 21	Costo mano de obra directa.	88
Tabla 22	Diferencias entre costo tradicional y costo ABC.	90

Lista de Figuras

		Pág.
Figura 1.	Nombre del emprendimiento y marca.	23
Figura 2	Fachada externa e interna de las instalaciones	24
Figura 3	Vínculos con importantes influencers nacionales e internacionales.	25
Figura 4	Proceso de trabajo con Influencers.	25
Figura 5	Servicios y Procesos de contenido	27
Figura 6	Flujograma de Proceso de desembolso de los costos de producción.	29
Figura 7	Representación punto de equilibrio Empresa Xparta Entertainment.	66
Figura 8	Flujograma de Procesos de Empresa Xparta – Entertainment - 2024	91

Lista de Anexos

- Anexo A** Ficha de Diagnóstico. Costos – Gastos y su Impacto en la Rentabilidad de la Empresa.
- Anexo B** Diagnóstico del Planteamiento del Problema.
- Anexo C** Personal Unidad de grabación
- Anexo D** Personal Area Administrativa.
- Anexo E** Estados Financieros corte de Enero a Julio de 2024.
- Anexo F** Estado de Resultados Integral
- Anexo G** Materia prima, valor expresado en pesos colombiano
- Anexo H** Formato de hoja de costos en excell con macros.
- Anexo I** Formato Mano de Obra directa.
- Anexo J** Guiones de personajes. Elenco. Xparta Entertainment SAS.

Resumen

El presente trabajo de grado tiene como objetivo estructurar un sistema de costos para Xparta Entertainment en la ciudad de Popayán, que proporcione información precisa y confiable para establecer precios competitivos y apoyar la toma de decisiones. La investigación se enfoca en cómo la gestión de costos y gastos impacta la rentabilidad de Xparta Entertainment SAS, subrayando la importancia de la economía creativa en Colombia. Este sector, que incluye desde la publicidad hasta el entretenimiento digital, es crucial para el PIB nacional, impulsado por la era digital y el crecimiento de la producción de contenido creativo (Oxford Economics, 2014; Falkinger, 2003).

Xparta Entertainment, fundada en el año 2020, se dedica a la creación de contenido digital y enfrenta desafíos relacionados con el consumo y las plataformas digitales. Este proyecto tiene como fin optimizar los procesos internos de la empresa mediante un sistema de costos mejorado, facilitando la toma de decisiones estratégicas y fortaleciendo su competitividad. El análisis propuesto no solo busca contribuir al crecimiento económico de la organización, sino también ofrecer una metodología que mejore la gestión de costos, sirva como referencia para otras empresas del sector y potencie la sostenibilidad y expansión de Xparta Entertainment en el mercado digital.

Palabras claves: Estructura de Costos y gastos, Rentabilidad precio de venta competitivo, creación de contenido y células de grabación.

Abstract

The objective of this degree work is to structure a cost system for Xparta Entertainment in the city of Popayán, which provides accurate and reliable information to establish competitive prices and support decision making. The research focuses on how cost and expense management impacts the profitability of Xparta Entertainment SAS, underscoring the importance of the creative economy in Colombia. This sector, which includes everything from advertising to digital entertainment, is crucial to the national GDP, driven by the digital age and the growth of creative content production (Oxford Economics, 2014; Falkinger, 2003).

Xparta Entertainment, founded in 2020, is dedicated to the creation of digital content and faces challenges related to consumption and digital platforms. This project aims to optimize the company's internal processes through an improved cost system, facilitating strategic decision making and strengthening its competitiveness. The proposed analysis not only seeks to contribute to the economic growth of the organization, but also to offer a methodology that improves cost management, serves as a reference for other companies in the sector and enhances the sustainability and expansion of Xparta Entertainment in the digital market.

Keywords: Cost and expense structure, Profitability, competitive sales price, content creation and recording cells.

INTRODUCCIÓN

Las empresas son un pilar fundamental en el desarrollo económico de un país, ya que promueven la estabilidad monetaria y el bienestar de la sociedad. El éxito de una empresa depende de la eficiente gestión de diversas variables, entre las cuales la reducción de costos es clave. La correcta administración de los costos no solo optimiza el uso de los recursos, sino que también maximiza la rentabilidad y competitividad en el mercado.

Implementar un sistema de información contable de costos es esencial para garantizar el funcionamiento adecuado de una organización. Este sistema proporciona datos importantes para la toma de decisiones estratégicas, facilitando la mejora continua y el control de los procesos de producción. Además, ofrece un panorama claro del estado financiero y operativo de la empresa, permitiendo identificar oportunidades de ahorro y áreas donde se pueden optimizar los recursos. En definitiva, la gestión eficiente de los costos es indispensable para asegurar la sostenibilidad y el crecimiento de la empresa a largo plazo (Fontalvo, Salas y Cuello, 2023).

En el proceso investigativo se identifica que las empresas en Colombia no tienen como prioridad estar al tanto de los costos de la compañía, sin embargo, en un mercado altamente competitivo y en constante evolución, comprender y gestionar adecuadamente los costos de producción es fundamental para garantizar la rentabilidad y el éxito a largo plazo. Este sistema se caracteriza por permitir la identificación de costos correspondientes a las diversas líneas ofrecidas por la empresa, garantizando de cierta manera la rentabilidad y crecimiento continuo de la compañía, pronosticando que su actividad sea competitiva en el mercado regional y pretendiendo obtener la utilidad deseada. La eficiencia en la gestión de costos es esencial para mejorar la rentabilidad, mantener precios competitivos y responder de manera efectiva a las demandas cambiantes del mercado. Por lo tanto, ésta sugiere medidas y estrategias para optimizar los procesos y reducir los costos innecesarios, identificar la línea que debe potencializarse; adicionalmente estudiar y diferenciar los procesos que se requieren para un efectivo y eficaz desarrollo de la actividad empresarial.

El enfoque del presente estudio está direccionado a estructurar un sistema de costos por procesos, que proporcione información confiable para determinar si los ingresos por ventas de los clientes nacionales y extranjeros financian la producción propia de *Xparta Entertainment SAS*.

La empresa "Xparta Entertainment SAS", se especializa en el desarrollo de estrategias digitales para la creación y monetización de contenidos, calculando en el análisis de algoritmos y estadísticas de diversas plataformas que permiten generar ingresos. Sus actividades incluyen la creación, edición, análisis, subida y publicación de contenido, lo que facilita el conocimiento, interpretación y estandarización de procesos internos y estrategias de contenido.

La incorporación de un sistema de costos en este proyecto es fundamental para planificar, organizar y controlar de manera eficiente la información relacionada con los servicios de creación de contenidos e influencers en plataformas digitales. Al implementar un sistema de costos adecuado, se podrá gestionar de manera más efectiva los recursos, optimizando las inversiones y maximizando el rendimiento de las estrategias digitales. “La contabilidad de costos es clave para determinar el costo exacto de los productos, controlar los costos, generar presupuestos, apoyar la toma de decisiones y evaluar nuevas alternativas para una mejor toma de decisiones” (Álvarez, 2014, p. 19).

Este estudio busca proponer una estructura de costos que identifique los costos en cada etapa del proceso de grabación, incluyendo costos directos, indirectos por actividad y proceso, margen de contribución, precio de venta y punto de equilibrio. Esto permitirá optimizar los procesos y mejorar la rentabilidad y eficiencia operativa.

La presentación del trabajo se organizó con la siguiente estructura: Resumen, Introducción, 1. El problema: Planteamiento del problema, descripción del problema, Formulación y sistematización del problema; 2. Justificación, 3. Objetivos; 4. Marco Referencial: Marco Contextual, Estado de arte, Marco teórico, Marco conceptual. 5. Metodología: 6. Resultados de desarrollo de la metodología. Diagnóstico situación actual de *Xparta Entertainment*, identificación de los costos en las etapas de producción de las células de grabación, análisis de la estructura del sistema de costo por procesos. 7. Propuesta del sistema de costos por procesos. 8. Conclusiones. 9. Recomendaciones. Bibliografía y Anexos.

1. EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del Problema.

En el entorno empresarial colombiano, una correcta gestión de costos y gastos es esencial para la rentabilidad y sostenibilidad de las empresas. Sin embargo, muchas empresas enfrentan dificultades para implementar sistemas efectivos de control y análisis de costos, lo que afecta negativamente su capacidad para establecer precios competitivos, tomar decisiones informadas y mantener una rentabilidad sólida.

La economía colombiana, con su creciente enfoque en sectores como el digital y el creativo, presenta un escenario dinámico pero desafiante. Las empresas deben adaptarse a las demandas del mercado y a las reglas cambiantes de las plataformas digitales. En este contexto, el manejo ineficiente de costos y gastos puede llevar a una reducción significativa en la rentabilidad y a una pérdida de competitividad. Además, la falta de un sistema de costos adecuado puede obstaculizar el crecimiento y la innovación, limitando el potencial de expansión en un mercado cada vez más competitivo (De Groot, Nini, & Rovira, 2020)

Dentro de los desafíos en la Implementación de Sistemas de Costos, muchas empresas en Colombia, especialmente en sectores emergentes como el digital y el creativo, carecen de sistemas de costos bien estructurados. La ausencia de métodos de contabilidad de costos adecuados impide una evaluación precisa de la rentabilidad y afecta la toma de decisiones estratégicas (Díaz & Ramirez, 2021).

Argumentando lo anterior, expresan Kinkel et al (2022) que:

[...] la falta de control sobre los costos y gastos lleva a una determinación inexacta del precio de venta, lo que puede resultar en márgenes de beneficio reducidos y en una mayor vulnerabilidad ante la competencia. Esto es especialmente crítico en industrias que requieren alta inversión en innovación y tecnología. (p.2)

En un entorno de rápida evolución como el digital, las empresas necesitan tener un control preciso sobre sus costos para mantenerse competitivas. Los costos no gestionados eficazmente pueden limitar la capacidad de una empresa para ofrecer precios atractivos o invertir en nuevas oportunidades de mercado. Es por ello que existe una necesidad de investigar y desarrollar estrategias que permitan a las empresas colombianas optimizar sus procesos de gestión de costos y gastos. Esto incluye la implementación de metodologías que mejoren la transparencia financiera y permitan una planificación más efectiva (Zaballos, 2021).

La economía creativa en Colombia está en expansión y tiene un impacto significativo en el PIB. Las empresas en este sector enfrentan desafíos únicos relacionados con la valorización y la gestión de sus activos intangibles, lo cual hace aún más crucial la adecuada gestión de costos y gastos. Por ello surgen preguntas como: ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentan las empresas colombianas en la implementación de sistemas efectivos de control de costos y gastos?, ¿Cómo afecta la gestión de costos y gastos en la rentabilidad de las empresas en diferentes sectores, especialmente en el digital y el creativo?, ¿Qué impacto tiene la falta de un sistema de costos bien estructurado en la competitividad y sostenibilidad de las empresas en Colombia? ¿Cuáles son las mejores prácticas y metodologías para optimizar la gestión de costos y gastos en las empresas colombianas?, ¿Cómo puede el sector creativo y digital en Colombia mejorar su rentabilidad y competitividad a través de una mejor gestión de costos?

Es importante abordar estas preguntas para comprender y mejorar la rentabilidad y competitividad de las empresas en el entorno dinámico de la economía creativa colombiana. La correcta implementación de sistemas de control de costos y gastos no solo facilita una toma de decisiones más informada, sino que también contribuye a la sostenibilidad y al crecimiento del sector. Identificar los desafíos específicos, adaptar las mejores prácticas y metodologías adecuadas, y aplicar estrategias efectivas serán fundamentales para que las empresas no solo sobrevivan sino prosperen en un mercado en constante evolución. Este análisis proporcionará una base sólida para desarrollar herramientas y estrategias que impulsen la eficiencia operativa y el éxito en la economía creativa y digital de Colombia.

1.2. Descripción del Problema.

La Compañía Digital *Xparta Entertainment SAS* tiene como objeto diseñar estrategias digitales de contenido audiovisual para los diferentes creadores de contenido, *influencers* que lo requieran en las distintas plataformas digitales a fin de incentivar la cultura, el arte, espectáculo y la formación de nuevas metodologías de negocio monetizados. En este mercado digital van surgiendo innumerables opciones que generan rentabilidad, entre estas se encuentra la creación de las unidades de grabación para realizar contenido reflexivo inédito para publicar en las *fanpages* oficiales de la organización. (Información interna directivos empresa *Xparta Entertainment SAS*, 2024).

Este producto le ha permitido a la organización darse a conocer por otras empresas creadoras de contenido, hasta el punto de asociar más unidades de grabación, las cuales se les ha asignado el nombre de “Células de Grabación”, por cada cliente nacional y extranjero, que solicita el servicio de la compañía. Los registros contables actual de la organización, no tiene estandarizados los costos en que se incurren en el proceso, ya que, se basan en precios de mercado, al igual, no se tiene claro el costo unitario, que le permita a la organización conocer la rentabilidad y/o pérdida en el precio de venta del producto y/o servicio. Adicionalmente no se tiene un análisis financiero que establezca con claridad el porcentaje de utilidad de los ingresos por venta de la producción, al igual, que no cuenta con una cifra clara si las células de producción de los clientes, financian la unidad de grabación propia de la organización.

Esta situación, ha puesto en cuestionamiento a la gerencia, ya que no han podido establecer con veracidad si la producción de células es rentable, porque no se cuenta con un control y seguimiento de sus costos. Partiendo de que la premisa es que los ingresos por la venta de los videos de las células de grabación de los clientes, permitan la financiación de los costos y de los gastos de las unidades propias, en este orden de ideas; la compañía debe establecer un método de costeo para fijar el precio de venta, basado en costos reales para determinar si el área de producción es rentable o no. Tomando este método de costeo, como una herramienta de información para la toma de decisiones y estructurar adecuadamente la planeación y organización que le permitirá a la compañía mantenerse en el mercado, con un nivel de la rentabilidad proyectado por la gerencia.

En consideración al anterior planteamiento se describe la pregunta problema.

1.3. Formulación del Problema.

¿Cómo puede Xparta Entertainment estructurar un sistema de costos que proporcione información viable y confiable, facilitando la determinación de precios de venta competitivos y sirviendo como una herramienta clave para la toma de decisiones estratégicas, asegurando su posicionamiento y adaptabilidad en el dinámico mercado digital?".

1.4. Sistematización del Problema.

¿Están identificados las actividades y procesos que se requieren para los productos que la Compañía *Xparta Entertainment SAS*, ofrecen en el mercado?

¿Se conoce los costos de consumo y su asignación adecuada por cada producto ofrecido por la Compañía *Xparta Entertainment SAS*?

¿Los precios de venta están determinados con base a costos preestablecidos y con la rentabilidad esperada por la compañía?

2. JUSTIFICACIÓN

Los costos son un elemento fundamental en la operación de una empresa debido a su impacto directo en la rentabilidad y la toma de decisiones estratégicas para los usuarios de la información financiera. En primer lugar, los costos representan el gasto necesario para producir bienes o servicios, y controlarlos es esencial para asegurar que la empresa pueda generar beneficios, por esta razón se hace necesario que por cada peso del ingreso que la empresa percibe sea duplicado en utilidades para así generar un beneficio extra para el funcionamiento de la empresa o en este caso la empresa busca financiar su propia unidad de grabación con recursos de terceros (Merlo et al., 2013).

Los costos desempeñan un papel crucial en la determinación de precios competitivos en el mercado, conocer detalladamente los costos de producción y distribución permite a la empresa establecer precios que resulten atractivos para los clientes sin comprometer su rentabilidad. En un entorno de alta competencia, la estrategia más efectiva para mantener a los clientes es optimizar los precios mediante la reducción de los costos de producción. Esto cobra especial relevancia en industrias altamente competitivas, donde un mal cálculo de costos puede traducirse en pérdidas significativas o en la disminución de la participación en el mercado (Ramírez, 2002).

Según Ramírez (2002), sustenta que:

[...] un sistema de información contable permite determinar los costos de actividades, procesos y productos, lo que facilita la toma de decisiones, la planificación y el control administrativo. Los costos se refieren a los desembolsos necesarios para la producción de bienes o servicios, como materias primas, mano de obra directa y costos de fabricación, que están directamente relacionados con el proceso productivo. Por otro lado, los gastos corresponden a los desembolsos realizados en la operación diaria de la empresa, que no están directamente vinculados a la producción, como alquiler, servicios públicos, salarios administrativos y costos de marketing (p.45).

Una gestión adecuada de costos permite identificar áreas de ineficiencia y tomar medidas para reducir erogaciones innecesarias, lo que contribuye directamente a la mejora de los márgenes de ganancia, o una mejor política de precios. En este caso en particular si la premisa de hacer que los ingresos por ventas a terceros permitan la financiación de los costos de una unidad propia y el retorno de la inversión sea efectiva y que los activos fijos que se tienen para la ejecución de las unidades de grabación brinden beneficios hasta del 100%.

Asimismo, la **gestión de gastos** es esencial para mantener los gastos operativos bajo control, lo que evita que la empresa consuma sus ganancias en gastos innecesarios. Esto mejora la rentabilidad y permite tomar decisiones financieras informadas, como ajustes en presupuestos o estrategias de ahorro.

El impacto de una gestión eficiente de costos y gastos se refleja directamente en la rentabilidad de la empresa, que depende de una estructura de costos favorable y un control adecuado de los gastos. Manteniendo costos bajos, la empresa puede ofrecer precios competitivos sin sacrificar sus márgenes de beneficio.

Los costos son fundamentales en la planificación estratégica. La información sobre ellos permite a la empresa tomar decisiones informadas sobre expansión, diversificación de productos o servicios, inversión en tecnología y otros aspectos clave para su crecimiento a largo plazo. En definitiva, el valor de los costos radica en su capacidad para influir en la rentabilidad, la competitividad y las decisiones estratégicas, afectando directamente el éxito sostenido de la organización (González, et al., 2019).

La implementación de un sistema de costos es esencial para obtener información financiera precisa y confiable sobre los costos involucrados en los procesos productivos. El presente trabajo es factible gracias al acceso a la información proporcionada por la empresa ***Xparta Entertainment***, cuenta con otros factores claves que favorecen el desarrollo del análisis de costos, tales como la disponibilidad de tiempo, los recursos económicos necesarios y el apoyo técnico que permite realizar un estudio detallado y preciso. Estos elementos contribuyen a asegurar la viabilidad y calidad del análisis.

3. OBJETIVOS

3.1. Objetivos General

Estructurar un sistema de costos para *Xparta Entertainment*, que brinde una información viable y confiable, permitiendo establecer el precio de venta competitivo, y la toma de decisiones mantenerse a la vanguardia del mercado digital.

3.2. Objetivos Especificos

1. Identificar los costos que incurre la empresa en cada una de las etapas de producción de las “células de grabación” tanto de los clientes nacionales, extranjeros y de la propia empresa.
2. Estructurar un sistema de costos por procesos, que proporciones información confiable para determinar si los ingresos por ventas de los clientes nacionales y extranjeros financian la producción propia de *Xparta Entertainment SAS*.
3. Determinar el precio de venta competitivo a partir de la identificación de los costos que se incurren en cada una de las etapas de producción de las “células de grabación”
4. Establecer recomendaciones, para optimizar la estructura de costos por procesos, en tal forma que permita establecer las estrategias de ventas, que contribuyan al crecimiento de la organización y alcance la rentabilidad esperada por la gerencia.

4. MARCO REFERENCIAL

4.1. Marco Contextual.

4.1.1. Contexto de la Empresa digital Xparta Entertainment SAS.

Xparta Entertainment, es una empresa caucana, constituida legalmente el 31 de enero de 2020 bajo la figura de sociedad por acciones simplificadas (SAS). Surgió como una iniciativa de jóvenes profesionales especializados en diversas áreas, expertos en redes sociales, con el propósito de diseñar estrategias digitales enfocadas en contenido audiovisual. Su objetivo principal es apoyar a creadores de contenido e influencers en diferentes plataformas digitales, ayudándoles a optimizar su presencia y alcance en el entorno digital (Información interna directivos Xparta Entertainment, 2024).

- En el año 2020, la pandemia de COVID-19 representó un evento sin precedentes. El confinamiento impulsó una rápida digitalización de los mercados tradicionales, junto con un notable incremento en la creación de contenido, lo que dio lugar al surgimiento de más influencers o "creadores de contenido." Esta industria ha experimentado un crecimiento acelerado, registrando en el 2021 un aumento del 78% en comparación con el año anterior (El Espectador, 2022). Debido a su perfil psicosocial particular, estos creadores comenzaron a demandar servicios de gestión y asesoría en áreas como: Derecho, contabilidad, administración y aspectos técnicos relacionados con las plataformas digitales.

Ante dicha necesidad nace dentro de las actividades que *Xparta Entertainment*, viene realizando, es la de realizar un seguimiento o diagnóstico de sus principales competidores, los resultados arrojados a los clientes tanto nacionales como internacionales, se destaca los altos costos de pre - producción, producción y post - producción de las piezas audiovisuales. El alto costo se centra principalmente en la mano de obra actoral, el costo de los insumos, los gastos de transporte y otros gastos asociados a la calidad del contenido.

Es importante aclarar que con la ayuda del aumento de empresas usuarias de la plataforma Facebook identificó la aparición de un nuevo actor en el espacio digital; usuarios de la plataforma

capaz de influir e impactar en las masas a través del contenido creado por redes sociales (Catalá, 2019). Estos nuevos personajes de amplio espectro han recibido el nombre de influencers¹, cuya principal cualidad es la agrupación de multitud de seguidores con intereses similares de forma orgánica y exponencial por medio de contenido entretenido. Contenido que en algunos casos generaban un alcance y retención mayor que las pautas publicitarias pagadas por empresas. En consecuencia, Facebook en el año 2016 decidió agrupar a los actores empresariales e influencers en un único equipo al reconocer a creadores de contenido² una comisión correspondiente al 45% del dinero pagado por las empresas para que se incluyera dentro de los contenidos pautas publicitarias que suplieran las necesidades crecientes de la demanda “el público o seguidores³”.

4.1.2. Identificación del Emprendimiento.

Figura 1.

Nombre del emprendimiento y marca.

NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO	MARCA, LOGO, SLOGAN
<p style="text-align: center;">COMPAÑÍA DIGITAL XPARTA ENTERTAINMENT SAS.</p> <p style="text-align: center;">Sede – Popayán</p> 	 <p style="text-align: center;">Logo Xparta Entertainment</p> <p>El nombre Xparta hace alusión al concepto de espartanos, quienes fueron los guerreros por excelencia en el sur de la Antigua Grecia.</p>

Fuente: Información personal directivo y administrativo Empresa Xparta Entertainment SAS.2024.

¹ **Influencers:** La voz influencer es un anglicismo usado en referencia a una persona con capacidad para influir sobre otras, principalmente a través de las redes sociales. Como alternativa en español, se recomienda el uso de influyente: Cómo ser un influyente en redes sociales.

² **Creador de contenido:** En términos sencillos, un creador de contenido es alguien que genera material creativo. No obstante, no se trata de cualquier tipo de contenido, sino de aquel que sobresale por su calidad y capacidad de impresionar. Entre estos creadores se incluyen escritores, fotógrafos, videógrafos y artistas, cuya misión principal es producir contenido dirigido a un público específico con el objetivo de cautivar. Aunque su enfoque no sea necesariamente ganar seguidores, esto no implica que no puedan atraer una audiencia considerable.

³ **Público o seguidores:** Personas que, por afinidad o preferencia, siguen a alguien o consumen su contenido en redes sociales, mostrando interés y empatía hacia lo que comparte.

Figura 2.

Fachada externa e interna de las instalaciones.



Fuente: Información personal directivo y administrativo Empresa Xparta Entertainment SAS.2024.

4.1.3. Características del Servicio.

NOMBRE DEL SERVICIO	CARACTERÍSTICAS (SERVICIO, PRECIO)
<ul style="list-style-type: none"> Estrategias digitales de contenido audiovisual. 	<p><i>Xparta Entertainment.</i> Esta área se divide en tres (3) etapas:</p> <p>1: Análisis de redes sociales: En esta etapa se analiza por parte del equipo el estado que se encuentran las redes sociales, en relación a infracciones de monetización, alcance, retención y seguidores.</p> <p>2: Análisis de Contenido: Cuando se habla de contenido se refiere a videos y fotos, se estudia si el contenido es apto para ser subido a las plataformas digitales, si cumple con políticas comunitarias y tiempo de monetización.</p> <p>3: Cronograma de actividades: en esta etapa se plantea un cronograma de actividades, el cual permitirá que el creador de contenido o influencer aumente sus resultados.</p>

Fuente: Información personal directivo y administrativo Empresa Xparta Entertainment SAS.2024.

Figura 3.

Vínculos con importantes influencers nacionales e internacionales.



Fuente: Información personal directivo y administrativo. Empresa Xparta Entertainment SAS.2024.

Figura 4.

Proceso de Trabajo con Influencers



Fuente: Información personal directivo y administrativo Empresa Xparta Entertainment SAS.2024.

En *Xparta Entertainment*, el trabajo con influencers sigue un proceso estructurado en las siguientes etapas:

1. **Entrega de videos:** El influencer proporciona el contenido en bruto (videos, imágenes, u otros materiales) que será editado y preparado para su publicación. Xparta se asegura de recibir todo el material necesario para iniciar el proceso.
2. **Partner:** Xparta actúa como socio estratégico del influencer, apoyando en la optimización del contenido para maximizar su impacto en las plataformas digitales. En esta etapa se establecen acuerdos sobre la gestión del contenido, el uso de plataformas y la monetización.
3. **Revisión:** El equipo de Xparta, revisa el contenido entregado para garantizar que cumple con los lineamientos de las plataformas y con las expectativas de calidad. Se identifican posibles mejoras antes de la edición.
4. **Edición:** Los editores de Xparta ajustan el material de acuerdo con las necesidades del influencer y las tendencias de cada plataforma. Aquí se añaden efectos, transiciones, música, y otros elementos que optimizan el contenido.
5. **Publicación:** Una vez editado y aprobado, el contenido se publica en las plataformas digitales acordadas (YouTube, Instagram, TikTok, etc.), siguiendo una estrategia de tiempos y formato diseñado para maximizar la visibilidad.
6. **Distribución:** Xparta se encarga de distribuir el contenido a través de las diferentes redes sociales y plataformas, implementando estrategias de marketing digital para aumentar el alcance y la interacción del público.
7. **Informe de monetización:** Xparta genera informes periódicos sobre el rendimiento del contenido, detallando métricas de monetización como ingresos por anuncios, visualizaciones, interacciones y otros indicadores clave para evaluar el éxito financiero del influencer.

8. **Distribución de porcentaje:** Finalmente, se procede a la distribución de los ingresos generados según el acuerdo establecido entre el influencer y Xparta. Los porcentajes se dividen de acuerdo con las ganancias obtenidas, asegurando una relación justa para ambas partes.

Este proceso garantiza una gestión integral y profesional del contenido del influencer, optimizando tanto la calidad como los ingresos obtenidos, ver figura 5.

Figura 5.

Servicios y procesos de contenido



Fuente: Información página web. Disponible en: <https://xpartaentertainment.com/>

La organización tiene en cuenta las ventajas competitivas que tiene a su favor con los son: la experiencia adquirida en los tres (3) años de existencia en el mercado y la ubicación de la compañía en la ciudad de Popayán, clasificada como un municipio de primera categoría. (Construyendo Méritos, 2022) La ubicación en el municipio de Popayán, facilita la movilización, los costos de canon de arrendamiento, materia prima, uso de la tecnología, mano de obra calificada, siendo estos ítems más económicos que en otros municipios clasificados en las categorías Especiales. Este hecho hace que la organización sea más competitiva en el mercado, lo que permite ampliar el radio de acción de los clientes.

Actualmente la compañía estableció tres (3) convenios, con empresas extranjeras Proe Media SAS, Sommy Ogando Ramírez y Perú Comunica, cuales consisten en hacer 30 entregas por mes, de piezas audiovisuales en formato horizontal, vertical, con audio, musicalización, subtítulos en español y demás especificaciones y requerimientos de cada cliente. Y a su vez la empresa *Xparta* pone a disposición de cada convenio un personal y equipos tecnológicos idóneos como parte del acuerdo entre las partes. Se espera que, con estas alianzas, se financie la unidad de grabación de la compañía, ya que el personal asociado directamente con la empresa pasa a ser contemplado a las células de grabación, esto permitiría bajar los costos fijos del personal, inversión en equipos, asignación de presupuestos.

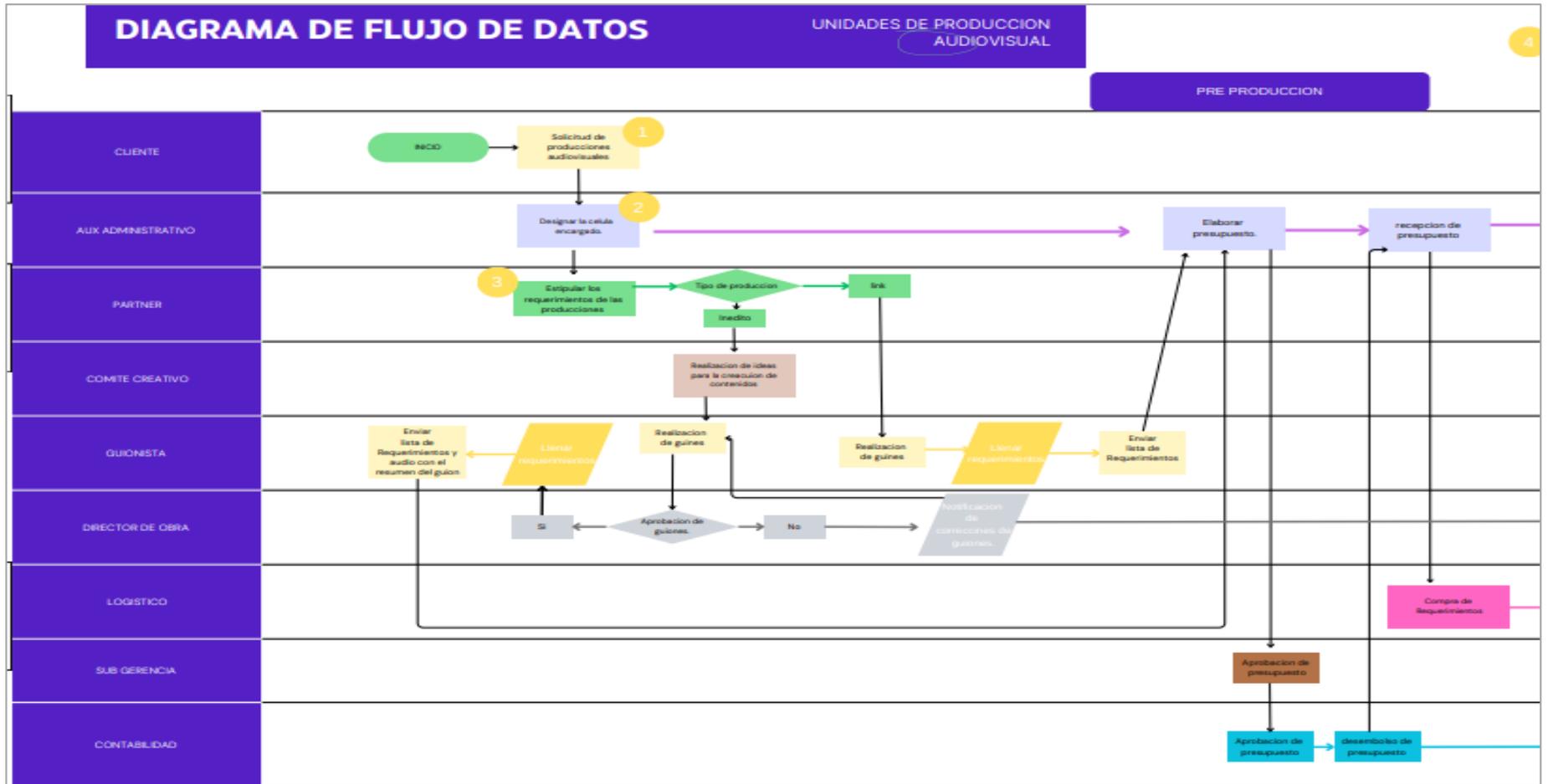
Xparta Entertainment, se basa en los requerimientos, por medio de una matriz de costo del producto, que consta de módulos por cada uno de los centros de trabajo se calcula según las especificaciones y requerimientos de cada célula como se describe a continuación:

El proceso inicia con la solicitud de parte del **cliente** de las producciones audiovisuales, el departamento de **Administración**, asigna la célula del cliente. El **Partner** realiza los requerimientos de acuerdo al tipo de producción. El Comité Creativo crea las ideas para la creación de los contenidos. **El Guionista** realiza los Guiones y envían la lista los requerimientos al Departamento **Administrativo**, quien revisa y la **Sub Gerencia** aprueba el presupuesto, y el **Departamento de Contabilidad** realiza los pagos correspondientes. Este procedimiento se describe en el siguiente Flujograma: Ver figura 6.

Figura 6.

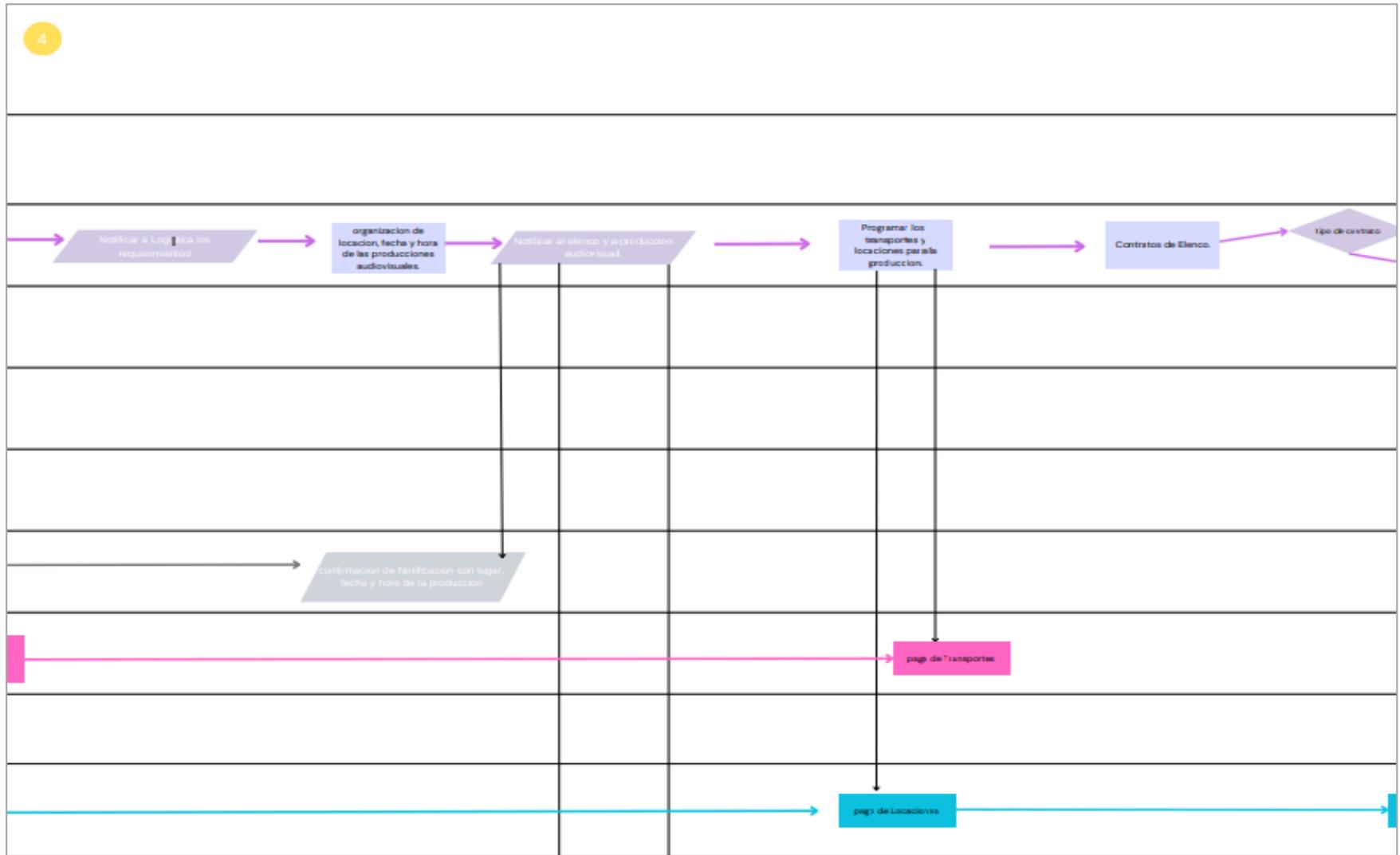
Flujograma del proceso de desembolso de los costos de producción.

Primer parte del Flujograma del proceso. Empresa Xparta Entertainment SAS.2024.

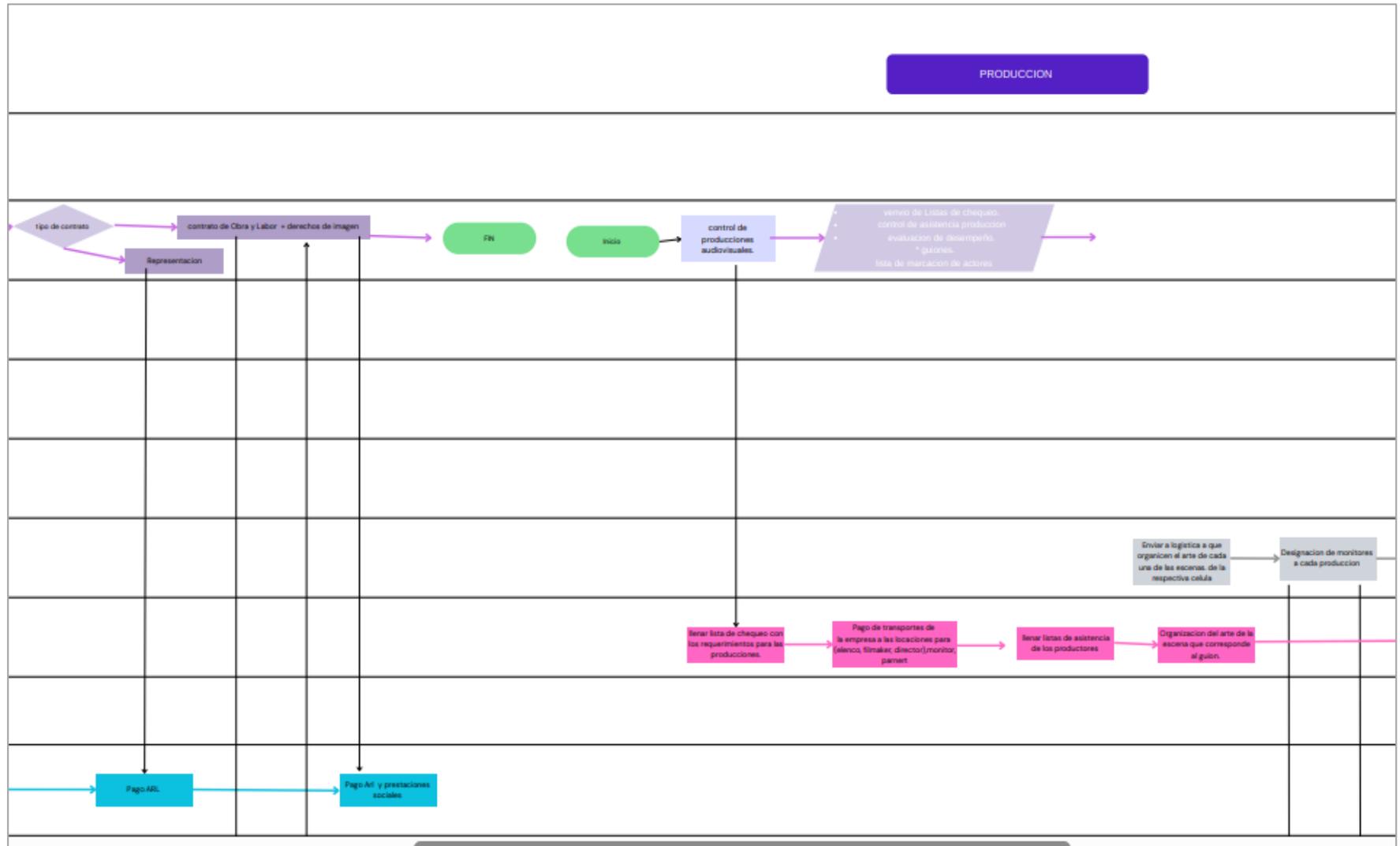


Fuente: Información suministrada por Xparta Entertainment SAS. Año 2024.

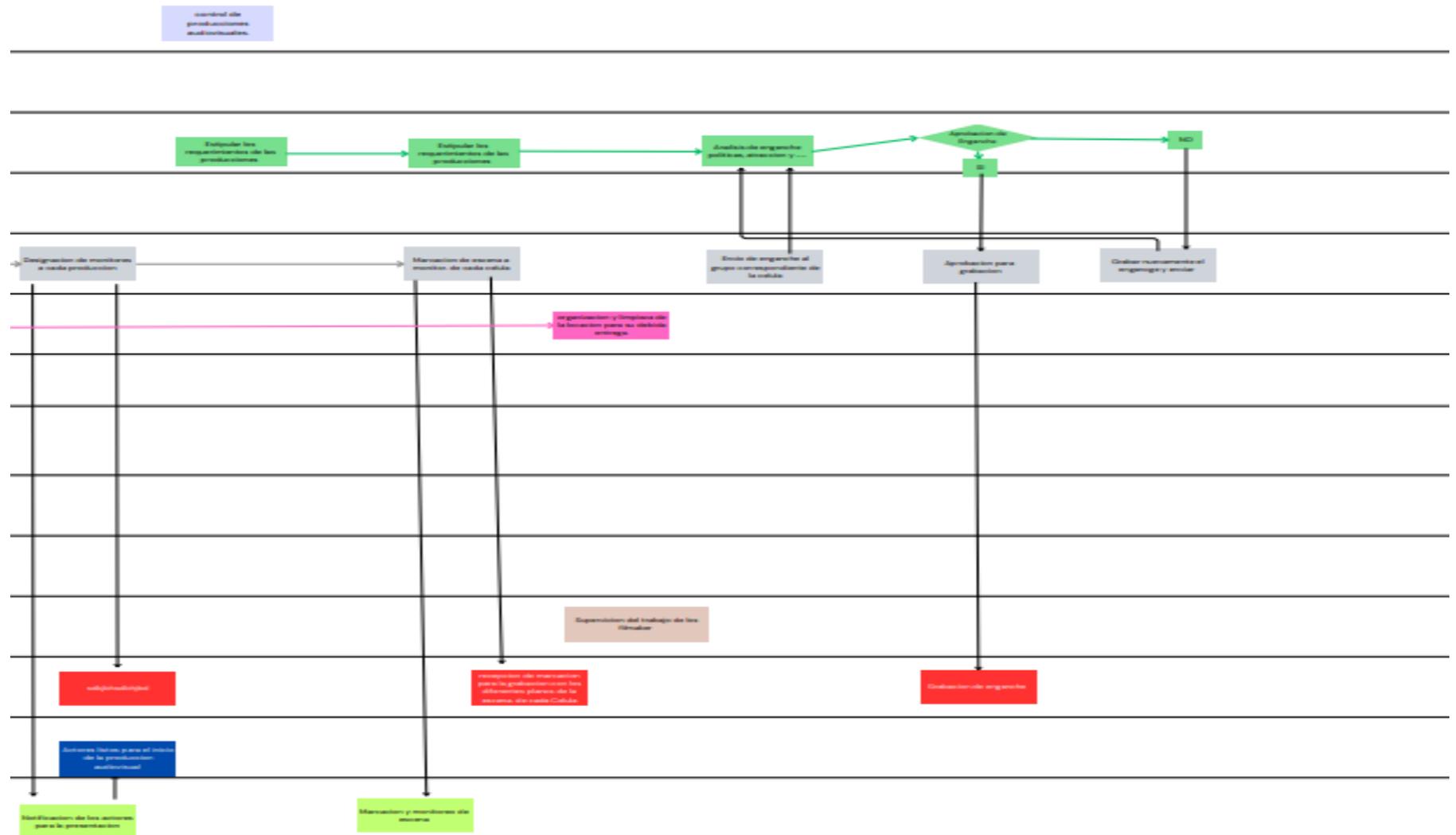
Segunda parte del Flujograma del proceso. Empresa Xparta Entertainment SAS.2024.



Tercera parte del Flujograma del proceso. Empresa Xparta Entertainment SAS.2024.



Cuarta parte del Flujoograma del proceso. Empresa Xparta Entertainment SAS.2024.



Fuente: Información suministrada por Xparta Entertainment SAS. Año 2024.

A raíz de la transformación, mejora, actualización de las reglas comunitarias de las plataformas digitales, la compañía se ve en la tarea de ir adecuándose a la vanguardia del mercado digital, por ende, van surgiendo innumerables opciones que generan rentabilidad, entre estas se encuentra la creación de las unidades de grabación para realizar contenido reflexivo inédito para publicar en las *fanpages* oficiales de la organización.

Ante las ventajas competitivas enunciadas se pretende que, gracias a la creación de estas alianzas con los clientes extranjeros, estos ingresos permitirían la financiación en gran medida la unidad de grabación de la compañía, al igual que obtener excedentes que se reflejen en las utilidades de la organización. En este sentido este trabajo de investigación tiene el propósito mejorar los procedimientos del sistema de costos, que actualmente tiene implementado, para la optimización de los procesos internos para determinar los costos unitarios y la rentabilidad de la organización, lo cual se espera facilitar la toma de decisiones.

Para el adecuado desarrollo de los objetivos específicos del presente trabajo realizado con el tipo de estudio descriptivo y enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo), se hace necesario abordar unos referentes contextuales teniendo en cuenta dos aspectos relevantes: Tendencias tecnológicas y transformación digital.

4.2. Estado de arte.

En el presente estado de arte se utilizó una revisión documental de investigaciones y estudios soportados sobre antecedentes del contexto internacional, nacional y local, desde las bases de páginas web, artículos indexados en investigaciones científicas, estudios, tesis universitarias con autores de primer y segundo nivel, relacionados con la estructuración de un sistema de costos para conocer el impacto en la rentabilidad de la empresa.

4.2.1 .Referencias internacionales.

Se seleccionaron cuatro (4) estudios a nivel internacional, relacionados con el tema presente del trabajo en mención.

En un primer estudio elaborado Por; Llosa y Sosa (2020), en Lima, denominado: *El impacto de los ingresos y gastos en la rentabilidad de las empresas comerciales del sector retail⁴, a partir del uso del canal digital en el año 2020*, tuvo como objetivo conocer el impacto de los ingresos y gastos en la rentabilidad de las empresas comerciales del sector retail, a partir del uso del canal digital en el año 2020, considerando los escenarios atípicos a causa del covid-19 que ocasionaron el cierre temporal o definitivo de algunas empresas, obteniendo como alternativa de inversión la utilización de canales digitales; sin embargo, no todas las empresas del sector retail han considerado viable este nuevo modelo de negocio digital, debido a la incertidumbre de obtener beneficios económicos futuros.

Asimismo, se define los principales conceptos relacionados al desarrollo del sector retail, la evolución del marketing digital y al crecimiento del e-commerce; luego, se detalla la problemática de la investigación, el estado de la cuestión y se plantearon los objetivos e hipótesis; además, se precisa el tipo de investigación a utilizar, los enfoques a considerar, la variable dependiente e independiente, además, de conocer el universo, población y tamaño de la muestra para la aplicación de los métodos cualitativos y cuantitativos. Posterior a eso, se aplican los instrumentos para la investigación cualitativa y cuantitativa, siendo las entrevistas a profundidad realizados a expertos con conocimientos relevantes al proyecto de investigación y las encuestas a miembros del sector retail, respectivamente. Por último, se explican las respuestas obtenidas como respuesta del análisis realizado con apoyo de las herramientas de investigación, conllevando a la elaboración de conclusiones y recomendaciones para la validación de la hipótesis general y específicas del presente estudio (Llosa y Sosa, 2020).

Como segunda investigación presentada por Salazar (2020), en el Perú, titulada “*Análisis del sistema de costos y su influencia en la rentabilidad de la empresa ferretera y materiales de construcción - FEMACO S.R.L.* Trabajo de grado para optar el título profesional de Contador Público, Escuela Académico Profesional de Contabilidad, Universidad Continental, Huancayo, Perú. Tuvo como objetivo principal analizar el sistema de costos con la intención de encontrar la

⁴ El sector retail, también conocido como el sector minorista, se refiere a las empresas que venden productos o servicios directamente a los consumidores finales para su uso personal o doméstico, en lugar de venderlos para su reventa. Estas empresas suelen operar en tiendas físicas, en línea o a través de catálogos, y ofrecen una amplia variedad de productos, como ropa, alimentos, electrodomésticos, electrónicos, entre otros.

influencia en la rentabilidad que causaría la implementación de el mismo en la empresa Femaco S.R.L. Expone que las empresas de comercialización y distribución no emplean por falta de conocimiento herramientas que le permitan identificar y determinar la importancia que presentan los costos basados en actividades y enfocar las operaciones a una mayor efectividad en costos, como lo es el sistema de costos ABC, esta herramienta es efectiva a la hora de maximizar los recursos para potenciar y dirigir adecuadamente las actividades de la empresa, es útil para resolver problemas de distribución de actividades y de presupuestos. La empresa desde sus inicios hasta el año 2017 implementó el sistema de costos tradicional.

Para realizar la tesis, se basó en el diseño no experimental, donde tomaron muestras de 18 trabajadores a los cuales se les aplicó dos encuestas, éstas fueron validadas mediante el uso del coeficiente Alpha de Cronbach y respaldas por juicio de expertos, este método se encarga de medir y cuantificar variables psicológicas de la psique humana, garantizando la fiabilidad de las respuestas. También emplearon el análisis horizontal y vertical a los estados financieros de años anteriores (2016, 2017, 2018) compararon el sistema de costos antiguo para conocer la diferencia entre la rentabilidad antigua y la actual, de esa manera identificar el porcentaje de rentabilidad. El estudio establece como conclusiones: La acogida del sistema ABC en los trabajadores es aceptable, identificándose una influencia positiva, dado que esta herramienta permite delimitar los costos específicamente sobre las actividades; se pudo observar según análisis de los estados financieros del año 2016 no existía rentabilidad, mientras que en los años 2017 y 2018 con la implementación del sistema de costos ABC la empresa tuvo rentabilidad, a su vez Salazar (2020), identifica que los resultados evolucionaron positivamente, al definir adecuadamente el control de los recursos involucrados en las actividades de los empleados, esto se reflejó económicamente

Según Salazar (2020), tras implementar el sistema de costos ABC, la empresa obtuvo información más precisa sobre sus costos, lo que mejoró la toma de decisiones y la asignación de costos indirectos, superando al sistema tradicional usado en 2016. Esto se reflejó en una mejora notable en los estados de ganancias y pérdidas de 2017 y 2018, impulsando la rentabilidad de la empresa (Salazar, 2020, p. 19).

Como un tercer estudio se analizó el trabajo de grado elaborado por: Oropeza (2022).
Titulado: *Análisis de costos y su impacto en la Rentabilidad de la Empresa Evolución Dental*

SAC, 2020. El objetivo general de esta investigación fue “Determinar de qué manera los costos impactan en la rentabilidad de la empresa Evolution Dental, S.A.C., 2020.”. En lo que se refiere a los métodos el estudio se aplicó un diseño no experimental con enfoque cuantitativo, de corte transversal, descriptivo correlacional. La población estuvo conformada por 12 empleados que laboran en la empresa Evolution Dental, S.A.C., y la técnica aplicada fue la encuesta y el análisis de documentos, se utilizó un instrumento donde se incluyeron las 2 variables en estudio, con 21 ítems y el cual fue aplicado previo consentimiento de los encuestados. En cuanto a los resultados de la contrastación de la hipótesis general se halló una correlación positiva fuerte entre las variables del estudio aplicando Rho Spearman y en cuanto al resultado de la encuesta tienen una percepción de que se cometen algunos errores en ciertas actividades ya que la empresa no tiene un sistema de costeo. En conclusión, según los resultados de la encuesta, el análisis de las variables con la correlación de Rho Spearman y la comparación de los estados financieros se pudo determinar que los costos impactan significativamente en la rentabilidad de la empresa.

Como un estudio desarrollado por Salazar y Silva (2018), en Guayaquil, exponen el estudio llamado: “*Propuesta para implementar un sistema de costeo ABC en la empresa Proceplas*”, tesis sustentada a la Universidad de Guayaquil en el año 2018, donde se tiene como finalidad proponer la implementación de un sistema de costos ABC para la optimización de los recursos, de esa manera otorgar a la gerencia un mejor control interno y resultado en todas las operaciones, la empresa trabaja con un método tradicional. La empresa Proceplas S.A fue fundada en el año 1995, actualmente mantiene un estatus de alta calidad y larga duración de sus productos, se dedican a producto tuberías de alta calidad.

Para el desarrollo de la tesis realizaron una investigación de tipo cuantitativo y cualitativa que implicó un proceso de recolección, análisis y vinculación de datos en la empresa, la población que participó en la recolección de datos fue el personal involucrado con el área de producción, bodega, administración y ventas, se realizaron encuestas con preguntas abiertas y cerradas, entrevistas, a partir de ello se realizó el análisis de los resultados. Llegaron a la conclusión que la implementación de un sistema de costeo basado en actividades requiere un análisis de las funciones realizadas por los colaboradores de un negocio a través de la observación e investigación, para poder reconocer los procesos y actividades realizadas, con la finalidad de poder medir el

desempeño y costo de las mismas de esta manera contribuir al control interno y desempeño de las operaciones. Propuesta sistema de costos para la empresa. Este antecedente constituye una experiencia útil respecto a la presente investigación ya que el método propuesto podría ser el indicado para la empresa, puesto que es un sistema que estudia cada proceso realizado para llegar al objetivo de la empresa propuesto.

4.2.2. Referentes Nacionales

Se encontraron 3 estudios a nivel nacional, los cuales referencia la importancia de incorporar un sistema de costos para generar un impacto positivo y control de decisiones en las operaciones de la empresa.

En una tesis realizada por González y Bedoya (2023) en el Valle del Cauca; denominada: ***Propuesta de un Sistema de Costos Para la Empresa Soluciones y Suministros Técnicos Industriales S.A.S. – SYSTI***, propone la aplicación del sistema de costos ABC en la empresa Soluciones y Suministros Técnicos Industriales S.A.S – SYSTI, dedicada a brindar soluciones integrales a las necesidades relacionadas con la hidráulica, neumática y servicios de metalmecánica al sector industrial del suroccidente colombiano, se encuentra ubicada en la zona industrial de Acopi – Yumbo en el Valle del Cauca. En el proceso investigativo se identifica que las empresas en Colombia no tienen como prioridad estar al tanto de los costos de la compañía, sin embargo, en un mercado altamente competitivo y en constante evolución, comprender y gestionar adecuadamente los costos de producción es fundamental para garantizar la rentabilidad y el éxito a largo plazo. Este sistema se caracteriza por permitir la identificación de costos correspondientes a las diversas líneas ofrecidas por la empresa, garantizando de cierta manera la rentabilidad y crecimiento continuo de la compañía, pronosticando que su actividad sea competitiva en el mercado regional y pretendiendo obtener la utilidad deseada (González y Bedoya 2023).

En esta propuesta, se realiza un análisis de los procesos de producción y actividades comerciales mediante información real de los costos y gastos en la producción y comercialización del año 2021 correspondiente a cada producto de la empresa. De igual manera durante la investigación de campo se realiza una serie de entrevistas al personal encargado de cada proceso con el fin de tener diversos puntos de vista respecto al sistema de costos que se maneja actualmente

en la empresa, con ello se obtiene una estructuración de los beneficios presentes para identificar y evaluar los costos claves. Como conclusión se analizó que mediante la asignación directa de los costos directos y la asignación precisa de los costos indirectos a cada actividad, se pudo obtener una mejor visibilidad clara de la estructura de costos de la empresa, de esa manera la gerencia tomó las decisiones pertinentes para mejorar la rentabilidad y la eficiencia operativa.

Por otra parte en un estudio desarrollado por Barragán, N (2015) en Sogamoso - Bogotá denominado: “**Implementación de un sistema de costos para la empresa Soldimontajes Díaz Ltda**” presentó como práctica empresarial a la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia en la ciudad de Sogamoso, con el objetivo de diagnosticar el funcionamiento de sus diferentes procesos y de esa manera determinar las diferentes actividades que se realizan en la dicha empresa para establecer los centros de costos necesarios que permitan un adecuado control de los mismos. Menciona que Soldimontajes Díaz Ltda. Es una empresa que desarrolla y ejecuta proyectos de montajes, fabricación de piezas sobre planos y mantenimientos industriales, para esto cuenta con infraestructura necesaria y un equipo humano competente, sin embargo, usa un sistema de costos de forma conjunta, este no permite reflejar los verdaderos costos en los cuales incurren la actividad corriente de la empresa, existe desinformación a la hora de realizar una adecuada planeación, control y toma de decisiones.

El método que usaron para el desarrollo del trabajo inicialmente fueron los costos históricos y reales; un sistema de acumulación de costos acorde a las características de la empresa y la asignación de los costos, la metodología de costeo ABC basado en actividades. Para la recolección de la información utilizaron fuentes primarias, como la observación directa, encuestas de forma escrita por medio de cuestionarios a diferentes funcionarios de la entidad. Además, emplearon análisis deductivo, validando la información por medio de razonamiento lógico, logrando amplificar conocimientos para mejorar se propone un modelo del sistema de costos por actividades sirve como base para la administración del reconocimiento de los costos y para tener una información confiable para la acertada toma de decisiones, que este modelo debe ser dirigido con compromiso y esta susceptible a mejoras futuras que lo lleven a ser más preciso.

Otro estudio realizado por Londoño (2020), en Manizales, denominado: **Propuesta de un sistema de costos ABC para la empresa EFIGAS S.A.** como requisito de grado a la Universidad

Nacional de Colombia, en la ciudad de Manizales. Su principal objetivo es plantear un modelo de costos ABC, mediante el estudio de los procesos de la empresa EFIGAS S.A., que permita realizar un manejo adecuado de los recursos de la organización y que se adapte a las necesidades actuales de la compañía, como objetivo específico plantea, organizar los distintos procesos y actividades de la organización, a través del conocimiento y estudio de las unidades de negocio de la empresa, con el propósito de garantizar una adecuada estructuración del modelo de costos ABC. De igual manera destaca que el modelo de costeo ABC es necesario para que las empresas tengan una mejor decisión en el precio de venta y como herramienta de análisis de la organización. Para tener una buena gestión de costos, la organización debe estar alineada para que los análisis sean los pertinentes, de forma que, para el caso de ABC todas las áreas tengan a disposición la información de inductores para facilitar los cálculos, es así como Brimson (1998), menciona la gestión de costos estará íntimamente ligada con la cultura corporativa; con relación a la cultura, a través de la metodología ABC cambia de paradigma la forma de ver los costos ya que bajo este método lo más importante son las actividades y no los recursos. La propuesta del sistema de costos para la empresa concluye que, en la implementación del costeo por actividades, tanto las actividades como los inductores de costos desempeñan un papel crucial en la asignación de recursos. Por ello, la información recopilada debe ser de fácil acceso, de bajo costo y estar relacionada directa o indirectamente con dichas actividades. Al analizar las facilidades de Efigas para calcular los inductores, se verificó que la organización dispone de la información necesaria, ya que las áreas utilizan estos datos para analizar los indicadores de sus procesos. Sin embargo, es necesario crear una hoja de ruta para actualizar periódicamente los drivers, garantizando que el modelo de costos se mantenga vigente (Londoño, 2020).

4.2.3. Referentes Locales.

En lo referente al tema de investigación, se encontró un estudio realizado en la ciudad de Popayán, que hace relación a la estructura de Costo – Gastos y su impacto en la rentabilidad de la organización, el cual se menciona a continuación.

En una tesis elaborada por Alegría (2023), en Popayán, nombrada: ***Diagnóstico contable y financiero de la Fundación Escuela Taller de Popayán en el área productiva periodo 2022 II***, en la corporación Universitaria Autónoma del Cauca, Programa de Contaduría, cuyo propósito fue

realizar un El diagnóstico contable y financiero que evidencia su importancia en el estudio crítico destinado a evaluar a través de un análisis e interpretación de la situación tanto económica como financiera por la que pasa la Fundación Escuela Taller de Popayán, para el periodo de 2022. El propósito de este estudio fue presentar a los accionistas la posición financiera actual del restaurante en la fundación Escuela Taller de Popayán, medida con indicadores financieros proporcionan una interpretación de los resultados obtenidos. Esto permitió a los gerentes tomar decisiones más eficientes y lograr mejores resultados en la ejecución de cada proyecto de inversión que pretenden reestructurar en las áreas de la fundación. Según los resultados del diagnóstico contable y financiero durante el período de observación se encontró que, el desarrollo de modelos de negocio, le permitirán a la Fundación Escuela Taller de Popayán mejorar su posición dentro del mercado, además de implementar estrategias para el control de costos y gastos logrando así una mayor rentabilidad para el desarrollo de su objeto social (Alegría, 2023).

4.3. Marco teórico

Para el abordaje de este apartado del marco teórico se toma las teorías de la Contabilidad de Costos, Sistema de costos y gastos, elementos de costos de producción y operación

4.3.1. Contabilidad de costos

La contabilidad de los costos se remonta antes de la revolución industrial puesto que las empresas eran de menor tamaño y solo se consideraban los costos de materia prima y mano de obra (costos de material directo); este fue el primer sistema de costos utilizado entre los años 1485 y 1509. Después de la revolución industrial empezaron a surgir las grandes empresas, es allí donde se ve la necesidad de crear la contabilidad de costos, siendo Inglaterra el país que más teorizó los costos; en 1778 se empezaron a crear los libros auxiliares y para los años 1890 y 1915 la contabilidad de costos logro consolidar un grande desarrollo y se empezó hablar de nuevos términos como: costos indirectos de fabricación, evaluación de inventarios, estimación de costos y mano de obra (EAFIT , 2008).

En 1900 se integra la contabilidad general con la contabilidad de costos, dependiendo una de la otra; entre los años 1920 a 1930 época de la gran depresión de EE. UU donde se empieza a

entender la contabilidad como una herramienta útil para el control y planeación surgiendo los 10 costos predeterminados y los costos estándar. Después de esto se empieza a dar gran importancia a los sistemas de costos y a los presupuestos ya que eran considerados una herramienta clave para la dirección de las organizaciones; este auge se dio por diferentes razones, entre ellas el desarrollo del ferrocarril, el tamaño y complejidad de las empresas, necesidad de fijar costos de venta, etc. “En 1981 el norteamericano Hansford T. Johnson resalta la importancia de la contabilidad de costos como una herramienta útil en las organizaciones, para la fijación de precios adecuados en mercados cada vez más competitivos” (EAFIT , 2008).

La contabilidad de costos mide, analiza y demuestra toda la información financiera y no financiera de la cual se debe incurrir en toda organización para obtención de insumos necesarios para el buen funcionamiento de esta (Horngren, Datar y Rajan, 2012).

La Contabilidad de Costos “Es un sistema de información diseñado para suministrar información a los administradores de los entes económicos, comerciales industriales y de servicios que les brinda la oportunidad de planear, Clasificar, controlar, analizar e interpretar el costo de bienes y servicios que produce o comercializa” (Chang, et al., 2014).

Costo: “El costo mide el sacrificio económico en el que se incurre para alcanzar las metas de una organización. Los sistemas de costos se diseñan para acumular, analizar, clasificar y contabilizar los diversos costos directos e indirectos asociados con la operación, producción y comercialización de los bienes y servicios” (Horngren, et al., 2012).

El costo representa la expresión en términos monetarios de las cuantías asignados a la elaboración de un producto, a la prestación de un servicio, o los valores invertidos en las compras de productos con destino a su comercialización. Generan ingresos, se recuperan, pero no siempre generan utilidades” (Aguirre, 2019, p. 11).

Para, Polimeni, Fabozzi y Adelberg (1994), definen un costo como:

[...] un recurso al que se sacrifica o al que se renuncia para alcanzar un objetivo específico. Los costos se miden en unidades monetarias y constituyen el valor que se paga para adquirir bienes y servicios” (p.34).

Gasto: “Es la expresión en términos monetarios de los valores asignados, al consumo de bienes y servicios, en un periodo de tiempo determinado; indispensables para el normal funcionamiento de un ente económico. No generan ingresos, ni utilidades” (Lazo, 2013).

“Se entiende por gasto al sacrificio económico para la adquisición de un bien o servicio, derivado de la operación de la empresa, y del que no se espera que pueda generar ingreso en el futuro” (Hornigen et al., 2012, p. 34).

Costo de Producción: “Es el valor de los distintos componentes que se originan para dejar un artículo disponible para la venta. Sin embargo, cabe mencionar que no hay reglas con respecto a esto, ya que cada empresa elige el sistema para la determinación del costo de producción de acuerdo con sus características” (Lazo, 2013).

Centro de costos: “Es una entidad o sección de la compañía en la cual se hace un trabajo específico, especializado, repetitivo y en el que se acumulan los costos de materiales directos, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación” (Yun, 2023, p. 23).

4.3.2. *Sistemas de costos*

Según Ramirez (2002), menciona que:

[...] costos es un sistema de información que clasifica, acumula, controla y asigna los costos para determinar los costos de actividades, procesos y productos, y con ello facilitar la toma de decisiones, la planeación y el control administrativo (p. 34)

El autor Polo (2013), menciona que los sistemas de costos se pueden distinguir según la

forma de producir en órdenes específicas de producción, por procesos continuos de producción y por ensamble. Las ordenes de producción se utilizan en las empresas operan sobre pedidos especiales de los clientes, en donde los costos se acumulan por cada orden de pedido. Mientras que las órdenes por procesos continuos de producción son utilizadas en empresas que producen en serie y en forma continua, donde los costos se acumulan por departamentos, los costos son promediados. Por otra parte, las ordenes por ensamble son utilizados por aquellas empresas cuya función es armar un producto con base en unas piezas que lo conforman, de acuerdo con las especificaciones establecidas por un productor, sin hacerle transformación estructural al bien.

Respecto al método de costeo, Polo (2013), igualmente define que el costo real corresponde a los costos incurridos en producción se registran tanto en los débitos como en los créditos de la cuenta de inventario de productos en proceso a valor real; en el costo normal los costos de los materiales directos y los de mano de obra directa se registran en la contabilidad al costo real y los costos indirectos de fabricación se registran con base en unos presupuestos que la empresa elabora de una manera confiable y técnica, mientras que el costo estándar, “los costos incurridos en la producción se registran tanto, en los débitos como en los créditos de las cuentas de inventario de productos en procesos de material y mano de obra, a valor estándar, y los costos indirectos de fabricación se registran con base en una tasa predeterminada” (Polo, 2013, p. 24).

4.3.3. Clasificación de los costos.

De acuerdo con lo referenciado por Sal.as (2013), en la clasificación de los costos menciona que teniendo en cuenta el enfoque y la utilización que se le dé a los costos, éstos se pueden clasificar de diferente manera:

• Según el Área donde se Consumen:

Costos de Producción: Se generan en el proceso de transformar la materia prima en productos terminados y se clasifican en material directo, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación (Pacheco, 2019).

Costos de Distribución: Se generan por llevar el producto o servicio hasta el consumidor final (Pacheco, 2019).

Costos de Administración: Son generados en áreas administrativas de la empresa. Se denominan gastos (Pacheco, 2019).

Costos de Financiamiento: Se generan por el uso de recursos de capital.

- **Según su Identificación:**

Directos: Pueden identificarse fácilmente con el producto, servicio, proceso o departamento (Reyes, 2018).

Indirectos: Su monto global se conoce para toda la empresa o para un conjunto de productos. Es difícil asociarlos con un producto o servicio específico (Reyes, 2018).

- **Según su Importancia en la Toma de Decisiones:**

Relevantes: Se modifican al tomar una u otra decisión. En ocasiones coinciden con los costos variables (Merlo, et al, 2013).

No Relevantes: Independiente de la decisión que se tome en la empresa permanecerán constantes. En ocasiones coinciden con los costos fijos (Merlo, et al, 2013).

4.3.4. Control de los Costos.

Con base a la referencia de Rojas et al. (2012), el objetivo principal del control de costos es determinar el costo real de un producto de acuerdo con el análisis y cálculo de los elementos que intervienen en el proceso de fabricación. También se identifica las áreas que requieren cierta atención, ya sea por pérdidas o mermas; lo anterior, como en cada uno de los controles permite al ejecutivo tomar las medidas que se consideren convenientes.

De igual manera Rojas et al (2012) mencionan los tipos de control de costos que se pueden presentar:

- **Tipos de Control de Costos.**

Control Preliminar:

Se enfoca en la prevención de las desviaciones, enfocándose en maximizar los recursos, debe garantizar que los resultados concuerden con lo planificado. “En el caso de la Materia prima, al momento de transformarse en producto debe ajustarse a unos estándares de calidad, al mismo tiempo debe mantenerse un inventario seguro que permita atender la demanda” (Rojas et al., 2012).

Control Concurrente: “Vigila las operaciones en funcionamiento, la dirección delega responsabilidades a cada subordinado que debe garantizar que el proceso se está realizando según lo establecido para alcanzar los objetivos” (Rojas et al., 2012).

Control de Retroalimentación: Se centra en los resultados finales, estos son la base para corregir los procesos futuros, está conformado por las medidas correctivas que se orientan hacia la mejora del proceso (González y Bedoya, 2023).

4.3.5. Elementos de costo de producción u operación.

Los costos de producción son todos aquellos que están conexos a la elaboración de un producto y son la suma de los costos de todos los materiales directos, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación (Polimeni, Fabozzi y Adelberg, 1994).

Materia Prima: Los costos de materiales son aquellos que se transforman en bienes terminados con la adición de mano de obra directa y costos indirectos de fabricación. “En esta categoría de costos se encuentran aquellos de adquisición de materiales que con el tiempo se convierten en parte del producto final y a los cuales deben realizarse un inventario periódico” (Economipedia, 2024).

Mano de Obra: “Se denomina a la fuerza creativa del hombre, de carácter físico o intelectual requerida para transformar con la ayuda de máquinas, equipos o tecnología los materiales en productos” (EAFIT, 2008)

Otra definición por EAFIT (2008) se refiere:

[...] al esfuerzo físico o mental empleado en la fabricación de un producto. Los costos de mano de obra pueden dividirse en mano de obra directa e indirecta. Los Costos de Mano de obra directa se refieren a las compensaciones de toda la mano de obra directamente involucrada en la fabricación de un producto terminado y puede asociarse a éste con facilidad, mientras que la Mano de obra indirecta se refiere a aquella involucrada en la fabricación de un producto que no se considera mano de obra directa, por lo cual se incluye como parte de los costos indirectos de fabricación (p. 12).

Costos Indirectos de Fabricación o costos generales de producción: “Son aquellos ingredientes materiales complementarios que son indispensables para generar un bien o servicio, como fue concebido originalmente” a todos los costos y gastos que se invierten en la producción pero que no fueron considerados en los elementos anteriores, es decir, ni Materia Prima Directa, ni Mano de Obra Directa (Lazo P, 2013).

4.3.6. Costos ABC

Con respecto a lo mencionado por Kaplan y Cooper (2003); los costos basados en las actividades (ABC) emergieron a mediados de los años 80 para satisfacer la necesidad de información fidedigna respecto al coste de los recursos asignables a los productos, servicios, clientes y canales de distribución. “Los canales ABC permitieron que los costes indirectos y de estructura fueran conducidos primero a las actividades y procesos y luego a los productos, servicios y clientes. Estos sistemas proporcionan a los directivos una imagen clara de los costes de sus operaciones” (Kaplan y Cooper, 2003).

De acuerdo con el autor Toro (2010), se refiere fundamentalmente a:

[...] la asignación de costos a los insumos necesarios para ejecutar todas las actividades de un proceso productivo; el Costeo Basado en Actividades (ABC) es llamado así por sus siglas en ingles Activity – Based - Costing, el

cual surge a principios de la década de los 90, aportando notorias ventajas en la identificación y cuantificación real de los factores generadores de los costos directos e indirectos comparado con otros mecanismos de costeo (p.43).

Por su parte, Cooper y Kaplan (1991), consideran que para una adecuada gestión de los costos se requiere actuar sobre las actividades que los originan. De este modo, para dirigir de manera adecuada las actividades se pueden y se debe utilizar los sistemas ABC, con el fin de lograr el mejoramiento continuo en su ejecución.

Seguidamente Toro (2010), menciona que la metodología ABC sigue determinados pasos al momento de identificar un objeto de costo; “primero, estudia los procesos productivos, profundizando en los costos y los volúmenes de recursos que consumen cada una de las actividades identificadas; segundo, analiza los posibles factores generados de costo de cada actividad, con base en una relación causa-efecto; tercero, se analizan los mecanismos de Propuesta sistema de costos para la empresa absorción del costo de cada actividad; por ultimo calcula los costos del objeto de costo, sumando los costos directos y los indirectos”.

4.3.6.1. Proceso básico de la Metodología ABC:

Para Kaplan y Cooper (2003), establecen el proceso básico de la Metodología ABC en los siguientes pasos:

- Identificar el (o los) producto(s), líneas de productos / servicio(s) o resultado(s) final(es) del proceso de producción respectivo, su marco de tiempo y las tareas necesarias para su realización.
- Calcular el costo de las tareas o actividades necesarias para la consecución de cada objeto de costo.
- Seleccionar una base para la asignación de cada uno de los costos, por cada una de las actividades detalladas en el paso anterior, teniendo en cuenta el principio de causa efecto; éstos serán los factores que determinarán el valor de los costos.

- Con base en tarifas unitarias específicas de cada uno de los factores agrupados homogéneamente y que generan los costos, se calculan y asignan los costos a los diversos objetos de costo.

Por otra parte, es importante mencionar una consideración de Costa Marques (2012), manifestando que:

[...] es posible establecer una relación causa-efecto determinante entre actividades y productos, más directa que la adoptada por los modelos de costos tradicionales, lo que logra una mejor y más objetiva distribución de los costos indirectos sobre los productos, en función del consumo que de cada uno de ellos hizo la actividad (p.27).

El sistema ABC emerge como un método que permite una afectación de los costos indirectos más en consonancia con las características actuales de las empresas.

Según Toro (2010), las ventajas de costear un proceso productivo empleando la metodología ABC versus usando sistemas tradicionales de costeo:

- Mejoramiento de las estrategias de asignación de precios.
- Mejor conocimiento de la rentabilidad de productos y de líneas de producción.
- Alternativas amplias en el análisis de modelos de costeo de productos y/o servicios.
- Mayor precisión en los mecanismos de valorización de inventarios de productos parcial y totalmente terminados.
- Un mejor entendimiento de las oportunidades disponibles para reducir costos.
- Mejor y mayor adaptación a diversos procesos manufactureros, medianos y grandes.

Finalmente, Toro (2010), manifiesta que los motivos para emplear ABC suelen ser diversos, pero se puede afirmar que, con respecto a otros mecanismos, tiene ventajas, sobre todo cuando un gerente enfrenta este tipo de problemas, a saber:

1. Implantar estrategias de asignación de precios.
2. Análisis de la rentabilidad de productos o líneas de producción.
3. Análisis de modelos de costeo de productos.
4. Valorización de inventarios de productos parcial o totalmente terminados.

4.4. Marco Conceptual

Amortización: Las amortizaciones son reducciones en el valor de los activos o pasivos para reflejar en el sistema de contabilidad cambios en el precio del mercado u otras reducciones de valor. Con las amortizaciones, los costes de hacer una inversión se dividen entre todos los años de uso de esa inversión (Ortiz, 2001).

Asignación de Costos: Distribución de los gastos indirectos a objetos de costo, con el uso de causantes de costo factibles y confiables (Ortiz, 2001, p. 51).

Base de Actividad: “La base de actividad es una medida del esfuerzo que opera como factor causal en la ocurrencia del costo variable” (Zapata y cols., 2018).

Base de Repartición: Es la base para la asignación de un importe de manera proporcional y equitativa a los distintos centros de costos, para ser repartidos proporcionalmente según el elemento que corresponda, materia prima directa, mano de obra directa y costos indirectas de fabricación (Zapata y cols., 2018).

Centro de Trabajo: Es un área específica de la empresa integrada por una o más personas o maquinas que realizan esencialmente la misma función o que pueden ser tratados de la misma manera (Molinari y Scaramellini, 2017).

Células de grabación: Se refiere a equipos o unidades dentro de la empresa dedicadas a la producción de contenido audiovisual. Estas células o equipos pueden incluir: .Equipos de producción, encargados de la grabación y edición de videos, fotografías y otros tipos de contenido

audiovisual. Pueden estar compuestos por cámaras, micrófonos, equipos de iluminación y software de edición (Vazza, 2020).

Creadores de Contenido: Las personas que se destaca por ser impresionante y de calidad. Dentro de los creadores de contenido se encuentran los escritores, fotógrafos, videógrafos y artistas, y su misión principal es crear contenido orientado a un público objetivo con el fin de cautivar, no para ganar seguidores, aunque no quiere decir que no los pueda tener (IFEMA, 2011).

Costo: Carlos Leturia, dice: “El costo es el conjunto de cargas incorporables, necesarias para la transformación de los productos. Están referidas a una fase intermedia, función u operación. . El costo de fabricación está referido a la cantidad de dinero por la adquisición de materiales, trabajo y demás factores que se requieren para su producción” (Costa Marquez. 2012).

Costo de producción: El costo de producción es el costo en que se incurre para comercializar un bien, o para prestar un servicio. Es el valor en que se ha incurrido para producir o comprar un bien que se vende (Reyes, 2016).

Costo Fijo: Los costos fijos son los que permanecen constantes en su monto total, independientemente de los cambios en el nivel de actividad (Reyes, 2016).

Costo Variable: Se llama así porque su monto total en pesos varía en proporción directa a los cambios en el nivel de actividad (Reyes, 2016).

Costeo por Proyectos: Forma del sistema de acumulación de costos por órdenes de trabajo, que se utiliza para contabilizar la construcción a largo plazo o los contratos de servicios prestados, definidos como proyectos (Reyes, 2016).

Costo Directo: Están relacionados con el objeto del costo en particular y pueden rastrearse de manera económicamente factible, es decir, factible en cuanto a costos se refiere. El termino rastreo del costo se utiliza para describir la asignación de costos directos a un objeto del costo en particular (Reyes, 2016).

Elenco: Se refiere al grupo de personas que participan en la producción de contenido audiovisual, ya sea en forma de videos, películas, series, o cualquier otro formato. Este término puede abarcar varias categorías: 1. Actores y Presentadores 2. Personas que interpretan papeles, presentan programas o participan en producciones de video. Ellos son el rostro visible del contenido (Marun, 2020)

Influencers: La voz influencer es un anglicismo usado en referencia a una persona con capacidad para influir sobre otras, principalmente a través de las redes sociales. Como alternativa en español, se recomienda el uso de influyente: Cómo ser un influyente en redes sociales (Real Academia Española, 2009)

Público o seguidores: Que sigue a algo o alguien, en este caso una persona que por preferencia y empatía sigue un contenido en las redes sociales (Lozano y cols, 2021).

5. METODOLOGIA

5.1. Tipo de Enfoque

La presente investigación utiliza un enfoque mixto, combinando métodos cuantitativos y cualitativos. Este diseño investigativo permite abordar tanto experiencias, interacciones y percepciones presentes en una situación específica, como la forma en que estas son expresadas por los actores involucrados (Hernández, 2001). En este caso, se centra en la empresa Xparta Entertainment S.A.S.

La Investigación **Cuantitativa**, pretende recolectar información con base a métodos estandarizados; para el análisis de la información se utilizará un instrumento de diagnóstico donde se puede evidenciar la problemática de la Empresa *Xparta Entertainment SAS*, sus debilidades en la parte de los costos y gastos y estadísticas de precios promedios de videos comerciales según la célula de grabación.

La investigación **cualitativa**, postula que la realidad se define a través de las interpretaciones de los participantes en la investigación respecto de sus propias realidades (Hernández y Baptista, 2010, p.9). Con respecto al estudio cualitativo, intenta hacer una aproximación global de las situaciones Sociales para explorarlas, describirlas y comprenderlas de manera inductiva; es decir, a partir de los conocimientos que tienen las diferentes personas involucradas en ellas y no con base a la formulación del problema (Bernal, 2006, p 113).

5.2. Tipo de Estudio

El tipo de estudio corresponde al **descriptivo**, en el cual se “reseñan las características o rasgos de las situaciones o fenómenos, objeto de estudio”. (Bernal., 2006., p. 112). Busca principalmente describir e identificar los costos que incurre la empresa Xparta Entertainment SAS en cada una de las etapas de producción de las “células de grabación” tanto de los clientes nacionales, extranjeros y de la propia empresa. El objetivo es estructurar un sistema de costos que brinde una

información viable y confiable como herramienta para la toma de decisiones y que les permita mantenerse a la vanguardia del mercado digital.

El estudio descriptivo se aplica cuando los datos solo permiten la descripción o identificación de algún fenómeno, generalmente involucra una sola variable y puede contar con una o más poblaciones. Este tipo de diseño se caracteriza porque mide una sola vez a la muestra, no importa cuánto tiempo se emplee para ello. (Bernal., 2006)

5. 3. Fuentes de Investigación

En la presente investigación se utilizarán tanto las fuentes primarias como secundarias de información.

5.3.1. Fuentes primarias

- Observaciones del proceso interno del funcionamiento de las células de grabaciones (Ver anexo).
- Instrumento de ficha de diagnóstico para el conocimiento de las fortalezas y las debilidades
- Entrevistas no estructuradas ni documentadas a las personas involucradas en el centro de trabajo.
- Documentación de la compañía ***Xparta Entertainment SAS***, que contenga información acerca del método de costeo actual.

5.3.2. Fuentes secundarias

Dentro de las fuentes secundarias utilizadas en el desarrollo del presente trabajo se investigaron en buscadores de artículos indexados tesis, investigaciones, estudios para el complemento del estado de arte, además de libros, material bibliográfico, referente sistema de costos y gastos, identificación de costos y sistema de costos ABC.

5.4. Abordaje.

Esta investigación se realizará en la Compañía Digital *Xparta Entertainment SAS*, ubicada en el sector urbano del Barrio Modelo en la calle 3N #10-04 en la ciudad de Popayán Cauca; donde se investigó y se recolectó la información necesaria para el desarrollo de la presente propuesta de trabajo investigativo.

5.5. Fases Metodológicas

5.5.1. Fase I. Revisión Documental.

Con base en una búsqueda y clasificación de estudios y conceptos referente a la revisión de autores sobre los conceptos y teorías de: Contabilidad de costos, sistemas de costos, clasificación de costos, control de costos, Elementos de costo de producción u operación, sistema de costos ABC, conceptos de costos fijos, costos variables, costos directos y costos indirectos.

5.5.2. Fase II. Diagnóstico estudio de costos de la empresa Xparta Entertainment SAS.

- Realizar un diagnóstico de los costos involucrados en cada etapa de producción de las células de grabación para clientes nacionales, extranjeros y producción propia de *Xparta Entertainment SAS*.
- Analizar un precio de venta competitivo basado en la identificación de los costos de producción.
- Analizar la estructurar un sistema de costos por procesos para evaluar si los ingresos por ventas de clientes nacionales y extranjeros financian la producción interna.

5.5.3. Fase III. Análisis de la Información.

- Análisis de las preguntas de las fichas diagnósticas.
- Análisis de las entrevistas con los directivos y personal administrativos acerca de la situación financiera del sistema de costos de la empresa *Xparta Entertainment SAS*.

- Interpretación de la información.
- Resultados de la información recolectada.

5.5.4. Fase IV. Presentación de la Propuesta de la Estructura de Costos ABC.

En esta fase se presenta los pasos para estructurar sistema de estructura de costos ABC (Activity-Based Costing) para una empresa que apoya a creadores de contenido e influencers en diferentes plataformas digitales:

1. **Identificación de Actividades:** El primer paso es identificar todas las actividades que realiza la empresa para cumplir su misión. Algunas actividades clave podrían incluir la creación de estrategias de contenido, el análisis de datos y métricas de rendimiento, la gestión de redes sociales, la colaboración con marcas, y la optimización de campañas de publicidad digital.
2. **Asignación de Costos a las Actividades:** Una vez identificadas las actividades, se deben asignar los costos indirectos a cada una de ellas. Esto implica desglosar los costos generales de la empresa, como salarios del personal, herramientas de análisis, software de gestión de redes, y otros recursos necesarios para apoyar a los creadores de contenido.
3. **Definición de los Generadores de Costos (Cost Drivers):** Los generadores de costos son los factores que causan que se incurra en un costo en cada actividad. Por ejemplo, el tiempo dedicado a la gestión de contenido, el número de campañas gestionadas, o la cantidad de interacciones analizadas podrían ser generadores de costos relevantes en esta empresa.
4. **Asignación de Costos a los Productos o Clientes:** En este paso, los costos de las actividades se asignan a los productos (servicios ofrecidos) o clientes (creadores de contenido e influencers). Esto se hace utilizando los generadores de costos definidos.

5. **Cálculo del Costo Total por Cliente o Servicio:** Se suman los costos asignados a cada cliente o servicio para obtener el costo total. Esto permitirá determinar qué servicios son más costosos y cuál es la rentabilidad de cada cliente, ayudando a la empresa a tomar decisiones estratégicas sobre precios y servicios

6. **Monitoreo y Mejora Continua:** Una vez aplicado el sistema, es importante monitorearlo regularmente para asegurarse de que los datos sean precisos y reflejen la realidad de las operaciones. El sistema debe ajustarse con el tiempo, a medida que cambien las actividades o los costos de la empresa, permitiendo una mejora continua en la gestión de costos.

6. RESULTADOS DEL ESTUDIO

Con base a la ficha diagnóstico realizada a la Empresa *Xparta Entertainment*, y al contacto directo por medio de una entrevista no estructurada, se pudo recolectar la siguiente información. (Ver Anexo A.)

6.1. Diagnóstico Empresa Xparta Entertainment.

Tabla 1.

Diagnóstico DOFA. Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas.

Fortalezas	Debilidades
<ol style="list-style-type: none"> 1. Alta especialización en la plataforma de Facebook. 2. Ventaja competitiva respaldada en conocimientos, habilidades, técnicas, experiencias, capacidades y estrategias dirigidas al crecimiento de los creadores de contenidos. 3. Relaciones cercanas con creadores de contenido de la región. 4. Infraestructura empresarial que soporta las actividades de asesoría y consultoría. 5. Posibilidad de recomendar e incidir en que los creadores de contenido generen más producciones audiovisuales lo que impacta directamente en los ingresos para la empresa. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. El sistema de costos actual de la organización, no tiene estandarizados los costos, en que se incurren en el proceso. 2. El precio de venta, se basa en los precios del mercado y de cotizaciones. 3. Se establece una incertidumbre al momento de cobrar por el servicio prestado, con el riesgo de que el precio de venta pueda ser menor que los costos. 4. La Gerencia de la organización no tienen herramientas confiables para la toma de decisiones. 5. La compañía debe implementar un método de costeo basado en costos reales para establecer el precio de venta y evaluar la rentabilidad del área.
Oportunidades	Amenazas
<ol style="list-style-type: none"> 1. Crear y monetizar contenidos audiovisuales propios, por medio de unidades de grabación¹⁵ capacitadas para diseñar un contenido auténtico y de valor. 2. Atender nuevos segmentos de mercado relacionados con la creación de contenidos que puedan impactar de manera positiva en las ventas generales y los ingresos de la empresa. 3. Nuevos modelos de negocio de marketing adaptados a los creadores e influencers para capitalizar las audiencias digitales de los mismos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. La falta de conocimiento del entorno hacia nuestro modelo de mercado. Esto lo vemos reflejado en lo siguiente: no existe una actividad económica como creador de contenido en la DIAN. 2. Entidades bancarias no comprenden la fuente o el origen de los ingresos, y no se permite acceder a créditos, compra de bienes por medio de hipotecas o similares. 3. No se tiene fuente de capacitación universitaria, en el área.

Fuente: Elaboración propia presente estudio. 2024

6.1.1. Preguntas Guía para los directivos y administradores de la Empresa Xparta Entertainment SAS. Popayán.

El formato de diagnóstico fue realizado con la autorización y el consentimiento de los directivos y el personal administrativo de la empresa Xparta Entertainment S.A.S. Su propósito es obtener información de primera mano sobre el funcionamiento de las células de grabación, abarcando las etapas del proceso, los costos directos e indirectos, el precio de venta, así como las fortalezas y debilidades en los aspectos organizativos y financieros. El objetivo principal es conocer en profundidad el funcionamiento de la empresa para elaborar recomendaciones que permitan desarrollar una estructura de costos más adecuada, orientada hacia el mejoramiento continuo.

¿Cuáles son las etapas específicas del proceso de producción de las células de grabación?.

Respuesta:

Comité creativo: Reunión ordinaria entre guionistas, directora ejecutiva, director operativo, director de obra, director producción y partner de la compañía donde se socializan las ideas de las células de grabación.

Recepción de links: Nuestros clientes de Uruguay envían unos links de videos de referencia para guionizar.

Elaboración de guiones: Transcripción de las ideas del comité y de los links en guiones de las historias para las células.

Entrega de guiones: los guionistas suben a un drive los guiones, donde tienen acceso a ellos el director de obra y la directora ejecutiva.

Identificación de requerimientos: La directora ejecutiva en base a los guiones plasma una lista de elementos de utilería, vestuario, maquillaje, locaciones, escenografía para las historias de las células y se los envía a los asistentes de arte de su equipo de trabajo.

Marcaciones: El director de obra, repasa los guiones y elabora una serie de instrucciones para la caracterización de los personajes a los asistentes de obra para que se los envíen a los actores del elenco de las unidades de grabación.

Cronograma de actividades de la semana: La directora ejecutiva programa un cronograma semanal por cada historia donde se involucran asistentes de arte, asistentes de obra, asistentes de producción, elenco, locación, historia y horarios.

Creación de presupuestos: De acuerdo a los requerimientos al área financiera por cada historia la directora ejecutiva presenta unos presupuestos de acuerdo a compras de utilería, pagos por transporte para desplazamientos del personal y pagos de alquiler de locaciones.

Autorización de presupuestos: El área contable pide autorización de los presupuestos a los socios de la compañía. Una vez sea autorizado se retira el dinero del banco y se hace entrega en efectivo a la directora ejecutiva de las unidades de grabación.

Recepción de facturas: Cada asistente de arte hace un cuadro de caja con el asistente contable sobre el presupuesto entregado.

Recepción de cuentas de cobro: El personal de arte, obra, producción, elenco envían las cuentas de cobro al correo institucional del área financiera.

Auditoria de contenido: el director y coordinador de producción revisan diez videos mensuales que editan, musicalizan y subtitulan los asistentes de producción.

Entrega de contenido: El director de producción entrega al director operativo treinta videos de la célula Xparta y envía treinta links al cliente de Uruguay.

Subida del contenido: El director Operativo junto con el Representante legal de la compañía suben el contenido a las diferentes páginas de Facebook.

Venta de contenido: Los clientes de Uruguay envía quince mil dólares mensuales por los treinta videos enviados.

Recepción de pagos Facebook: El representante legal negocia mes a mes los dólares que produce cada una de las páginas de Facebook de la compañía.

¿Qué costos están directamente asociados con cada etapa de producción por 7 meses (Enero – Julio del 2024)?

Tabla 2.

Costos asociados con cada etapa de la producción Empresa Xparta Entertainment.

Actividad	Cost Driver	Costo indirecto por actividad	Videos 10 minutos
Comité creativo	horas trabajadas	\$15.793.354	420
Elaboración de guiones	horas trabajadas	\$11.920.851	420
Entrega y corrección de guiones	horas trabajadas	\$ 5.920.000	420
Identificación de requerimientos	horas trabajadas	\$ 3.771.339	420
Marcaciones	horas trabajadas	\$ 26.911.761	420
Cronograma de actividades de la semana	horas trabajadas	\$ 1.704.000	420
Creación de presupuestos	horas trabajadas	\$ 462.636	420
Entrega de presupuestos	horas trabajadas	\$ 2.023.149	420
Producción y postproducción	horas trabajadas	\$ 12.868.085	420
Recepción de facturas	horas trabajadas	\$ 95.745	420
Auditoria de contenido	horas trabajadas	\$ 28.800.000	420
Entrega de contenido	horas trabajadas	\$ 171.429	420
Subida del contenido	horas trabajadas	\$ 40.966	420
Costo indirecto total	-	\$ 110.483.314	
Costo indirecto unitario		\$ 263.056	

Elaboración propia presente estudio. Datos suministrados por el personal del área financiera. Empresa: *Xparta Entertainment*, 2024.

¿Existen costos indirectos que deben asignarse a las células de grabación? Si es así, ¿cómo se asignan?

Respuesta:

Las células de grabación tienen los siguientes costos indirectos:

1. Seguro equipos de grabación.
2. Publicidad.
3. Mantenimiento de los equipos.
4. Pérdidas de utilería, vestuario y daños en locaciones.

¿Cuál es el costo total de producción de las células de grabación para clientes nacionales, extranjeros y producción propia?.

Tabla 3.

Costo total de producción de las células de grabación Empresa Xparta Entertainment.

Descripción del costo	Valor del Costo
Total MPD	\$ 11.954.621
Total MOD	\$345.860.806
Total CIF	\$110.483.314
Total costos de producción	\$468.298.741
costo de producción unitario	\$1.114.997
costos de producción mensuales	\$66.899.820

Elaboración propia presente estudio. Datos suministrados por el personal del área financiera. Empresa: *Xparta Entertainment*, 2024.

El costo total mensual de la producción de las células de grabación para clientes nacionales, extranjeros y producción propia por 420 videos con una duración de 10 minutos es de \$66.899.820. Cada video en \$1.114.997

¿Cuál es la demanda del mercado y cómo afecta esto a la determinación del precio de venta competitivo?.

Respuesta:

La demanda del mercado se encuentra concentrado en el exterior principalmente:

- México.
- Perú.
- Ecuador y
- República Dominicana.

¿Cómo se estructurará el sistema de costos por procesos para proporcionar información confiable?

Respuesta:

- La estructura del sistema de costos es ***por proceso***.

¿Qué métodos se utilizarán para registrar y rastrear los costos en cada etapa del proceso de producción?.

Respuesta:

- El seguimiento basado en actividades ayuda a asignar los costos de manera más precisa y realista, según el uso relativo de los objetos de costo o el desempeño de las actividades que van ligadas al proceso de preproducción, producción y postproducción de las piezas audiovisuales.

¿Cómo se generarán los informes periódicos para comparar los ingresos por ventas con los costos de producción y determinar la viabilidad financiera de la producción interna?.

Respuesta:

- Los informes se realizan con una periodicidad mensual.

6.2. Establecimiento de los precios comerciales competencia.

Tabla 4.

Precios promedio videos comerciales empresa de México y Colombia.

Duración	Precio
Entre 20 y 40 segundos	Desde \$3,300 MXN (\$697.501 pesos colombianos)
Entre 1 y 2 minutos	Desde \$4,500 MXN (\$951.138 pesos colombianos)
Entre 2 y 3 minutos	Desde \$6,750 MXN (\$1.426.707 pesos colombianos)
Entre 5 minutos en adelante	Desde \$8,400 MXN (\$1.908.866,66 pesos colombianos)

Fuente: Empresa Mexicana. Disponible: <https://www.cronoshare.com.mx/cuanto-cuesta/video-corporativo#:~:text=El%20precio%20promedio%20de%20un,a%20dar%2C%20entre%20otros%20factores.>

Para calcular el margen de ganancia en un contexto mexicano, primero necesitamos saber el costo asociado a cada rango de duración. Usando los precios proporcionados en pesos mexicanos (MXN), aplica:

$$\text{Margen de Ganancia (\%)} = \left(\frac{\text{Precio de Venta} - \text{Costo}}{\text{Costo}} \right) \times 100$$

1. Entre 20 y 40 segundos

Precio de venta : \$3,300

Costo : \$1,500 MXN

$$\text{Margen de Ganancia (\%)} = \left(\frac{3,300 - 1,500}{1,500} \right) \times 100 = \left(\frac{1,800}{1,500} \right) \times 100 = 120\%$$

2. Entre 1 y 2 minutos

Precio de venta:\$4,500 MXN

Costo : \$2,500 MXN

$$\text{Margen de Ganancia (\%)} = \left(\frac{4,500 - 2,500}{2,500} \right) \times 100 = \left(\frac{2,000}{2,500} \right) \times 100 = 80\%$$

En resumen, los márgenes de ganancia son:

- Entre 20 y 40 segundos : 120%
- Entre 1 y 2 minutos : 80%
- Entre 2 y 3 minutos : aprox.: 92.86%
- Entre 5 minutos en adelante: 86.67%.

Si la Empresa *Xparta Entertainment*, fija el precio cercano al de la **Competencia 1** o **Competencia 2**, el margen de ganancia será equilibrado (entre 3% y 4,5%). Estos márgenes podrían ser adecuados para competir en precios bajos, pero ofrecen menos flexibilidad para cubrir imprevistos o generar ganancias más amplias.

Calculo del margen de ganancia en la empresa Colombiana, para ello se necesita saber el costo asociado a cada rango de duración. Usando los precios proporcionados en pesos colombianos.

Duración	Precio
Entre 20 y 40 segundos	Desde \$550.000 pesos
Entre 1 y 2 minutos	Desde \$850.000 pesos
Entre 2 y 3 minutos	Desde \$1.250.000 pesos
Entre 5 minutos en adelante con otros productos animación	Desde \$2.000.000 pesos.

Fuente: Empresa Diseñadores Colombianos. Disponible en: <https://diseñadorescolombianos.co/tarifario2020/>

Para establecer un precio de venta competitivo para la Empresa Xparta, partiendo del costo por video y comparando con los precios del mercado, se puede determinar en los siguientes pasos:

6.2.1. Pasos para Establecimiento de los precios comerciales.

Los precios de la competencia son:

- **Competencia 1:** \$1.978.000 COP. Mexicana
- **Competencia 2:** \$2.000.000 COP Colombiana

2. Cálculo del margen de ganancia basado en los precios de la competencia

Aplicamos la fórmula del **margen de ganancia** para cada precio de la competencia, comparado con el costo:

$$\text{Margen de Ganancia (\%)} = \left(\frac{\text{Precio de Venta} - \text{Costo}}{\text{Costo}} \right) \times 100$$

A partir de los precios de venta del mercado, podemos calcular:

1. Análisis de los márgenes y competitividad.

Para calcular el margen de ganancia, competencia precio colombianos.

Entre 20 y 40 segundos

Precio de venta : \$

Costo : \$300,00

$$\text{Margen de Ganancia (\%)} = \left(\frac{550,000 - 300,000}{300,000} \right) \times 100 = \left(\frac{250,000}{300,000} \right) \times 100 \approx 83.33\%$$

2. Entre 1 y 2 minutos

Precio de venta : \$850,

Costo : \$500,000

$$\text{Margen de Ganancia (\%)} = \left(\frac{850,000 - 500,000}{500,000} \right) \times 100 = \left(\frac{350,000}{500,000} \right) \times 100 = 70\%$$

3. Entre 2 y 3 minutos

Precio de venta :

Costo :

$$\text{Margen de Ganancia (\%)} = \left(\frac{1,250,000 - 800,000}{800,000} \right) \times 100 = \left(\frac{450,000}{800,000} \right) \times 100 \approx 56.25\%$$

4. Entre 5 minutos en adelante con animación

Precio de venta : \$2,000

Costo : \$1,200,0

$$\text{Margen de Ganancia (\%)} = \left(\frac{2,000,000 - 1,200,000}{1,200,000} \right) \times 100 = \left(\frac{800,000}{1,200,000} \right) \times 100 \approx 66.67\%$$

En resumen:

- **Entre 20 y 40 segundos** : aproximadamente 83.33%
- **Entre 1 y 2 minutos** : 70%
- **Entre 2 y 3 minutos** : aproximadamente: 56,25%
- **Entre 5 minutos en adelante con animación** : 66,67%

Calculo del margen de ganancia para *Empresa Xparta Entertainment*, para ello es necesario conocer el costo asociado a cada rango de duración. Usando los precios proporcionados en pesos colombianos.

Tabla 5.

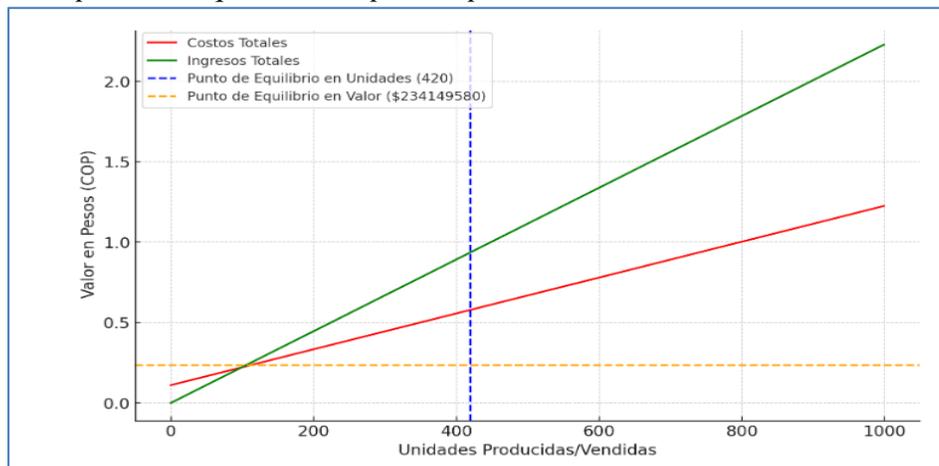
Determinación precio de costo, utilidad marginal y punto de equilibrio.

Total CIF	110.483.314
Total costos de producción	468.298.741
costo de producción unitario	1.114.997
costos de producción mensuales	66.899.820
precio de venta unitario	2.229.994
utilidad marginal	1.114.997
utilidad marginal %	50%
Punto de equilibrio en unidades	420
Punto de equilibrio en precio	557.499

Fuente: Datos suministrados por el personal del área financiera. Empresa: *Xparta Entertainment*, 2024.

Figura 7

Representación punto de equilibrio Empresa Xparta Entertainment.



Fuente: Elaboración propia 2024

El análisis de la figura 7, significa que el punto de equilibrio para *Empresa Xparta Entertainment* en el semestre del año 2024, revela los siguientes aspectos claves: 1. Punto de Equilibrio en Unidades. La empresa alcanza el punto de equilibrio cuando vende **420 unidades**. En este punto, los ingresos generados por la venta de 420 unidades son suficientes para cubrir todos los costos totales, tanto fijos como variables. Esto significa que las 420 unidades representan el umbral mínimo de ventas que la empresa debe alcanzar para no incurrir en pérdidas, siempre y cuando se mantenga con 4 células de grabación, si las supera tendrá un margen de ganancia significativo. En este momento la empresa sostiene su punto de equilibrio, sin embargo no tiene capacidad de liquidez, ni de inversión.

Y en otro escenario si se baja el margen de utilidad, en un 15%, se tendría que tener 6 células en total que equivaldría a 2.380 videos con un contrato estipulado para 7 meses.

5. Conclusión

Para que la *Xparta Entertainment*, sea competitiva, se sugiere fijar un precio superior a: **\$1.114.997 video de 5 minutos**. Esto permitirá mantener competitividad en el mercado con un margen de ganancia adecuado para sostener las operaciones.

6. Conclusiones Esperadas:

- ✓ Identificación clara de los costos en cada etapa de producción.
- ✓ Establecimiento de un precio de venta competitivo que cubra los costos y genere un margen de ganancia adecuado.
- ✓ Implementación de un sistema de costos por procesos efectivo para evaluar la viabilidad financiera de la producción interna en comparación con los ingresos por ventas de clientes nacionales y extranjeros.

7. Acciones Sugeridas:

Realizar un análisis detallado de los costos en cada etapa de producción.

Estudiar el mercado y la competencia para determinar un precio de venta competitivo.

Implementar un sistema de costos por procesos eficiente y confiable.

Monitorear periódicamente los ingresos por ventas y los costos de producción para tomar

decisiones informadas sobre la producción interna.

El instrumento de la ficha diagnóstica proporciona una guía detallada para llevar a cabo un análisis más especificado de los costos y la propuesta de un sistema de costos por procesos efectivo en la etapa *Xparta Entertainment SAS*.

6.3. Segmento del Cliente.

Creadores de contenido influencers, actores y artistas quienes deseen ingresar en redes sociales.

Fuentes de ingresos:

Tabla 6.

Detalle del ingreso y generación del ingreso. Empresa Xparta Entertainment

Detalle del ingreso	Generación de ingreso
Comisiones por administrar y crear estrategias para los contenidos de influencers que son distribuidos y consumidos a través de la plataforma de Facebook.	Creación de unidades de grabación, la cual separan la dependencia hacia el creador de contenido, y hacen que las ganancias sean de la totalidad de la empresa.
Pagos por parte de los clientes internacionales y nacionales en relación a asesorías y producción de contenido.	Distribución de nuestro contenido en nuevas redes sociales como lo son Twitch Bigo, YouTube

Fuente: Elaboración propia presente estudio. 2024

Tabla 7

Identificación de la estructura de costos. Empresa Xparta Entertainment.

Costos	Descripción
Cantidad de servicios contratados	Creación de 30 videos mensuales con un componente social de reflexión con subtítulos con orientación horizontal y vertical para la red social Youtube y Facebook.
Número de clientes	Dos clientes uno nacional e internacional para publicación en la plataforma Youtube y Facebook. PROE MEDIA SAS FOCUS

Crecimiento en ventas	En este caso en el año 2023 la empresa empezó a trabajar con cuatro (4) células de grabación pero al finalizar el año por cuestiones de cambio de políticas comunitarias de Facebook se detuvo la generación de contenido de dos células hasta poder proporcionar la página de Facebook monetizada con la capacidad de generar las expectativas de ingresos estimadas para cada proyecto para seguir el proceso.
Crecimiento en utilidad	Se estima que el incremento en utilidades sea del 25 % sobre la base inicial.

Fuente: Elaboración propia presente estudio. 2024

Tabla 8

Análisis de costos directos y mano de obra directa. Empresa Xparta Entertainment.

Descripción	Videos 10 minutos
Material Directo	\$ 11.954.621,04
Mano de obra Directa	\$ 345.860.806,33
Tiempo de trabajo directo	1.426
Volumen esperado de unidades	420

Fuente: Datos suministrados por el personal del área financiera. Empresa: *Xparta Entertainment*, 2024

Para analizar esta tabla de costos directos y mano de obra directa, desglosaré los elementos clave:

1. Material Directo:

Valor: \$11.954.621,04

Este costo representa los materiales directamente asociados con la producción de videos de 10 minutos. Los materiales podrían incluir elementos como cámaras, software, licencias o cualquier insumo necesario para producir el contenido.

2. Mano de Obra Directa:

Valor: \$345.860.806,33

Este es el costo total de la mano de obra involucrada en la producción. La mano de obra directa suele incluir a editores, guionistas, camarógrafos, entre otros, que trabajan directamente en la creación del video.

3. Tiempo de trabajo directo:

Valor: 1.426 horas

Esto refleja el tiempo total que el personal dedica a la producción directa de los videos.

4. Volumen esperado de unidades:

Valor: 420 videos de 10 minutos.

Este es el número total de videos que se espera producir. Es un valor clave para calcular el costo unitario.

Cálculo del costo por video:

1. Costo de Material Directo por video

$$\frac{\$11.954.621,04}{420} = 28.463,38$$

2. Costo de Mano de obra directa por video.

$$\frac{\$345.860.806,33}{420} = 823.239,06$$

3. Costo total por video (material + mano de obra)

$$28.463,38 + 823.239,06 = 851.702,44$$

4. Costo por hora de trabajo (mano de obra directa)

$$\frac{\$345.860.806,33}{1.426} = 242.511 \text{ por hora}$$

El costo total por video es aproximadamente \$851.702,44, lo que incluye tanto los materiales como la mano de obra.

El costo por hora de la mano de obra es relativamente alto (\$242.511,48), lo que sugiere que el personal involucrado tiene un nivel de especialización y el proceso productivo de las células de grabación es intensivo en tiempo.

6.4. Costo por cada actividad de los procesos de células de grabación.

Tabla 9

Costos Proceso Comité Creativo. Empresa Xparta Entertainment

COMITÉ CREATIVO			
Descripción de costos	Cant	Valor Costo	Valor Total
MOD	56		\$ 15.793.353,99
Directora de Arte		\$ 3.408.000,00	\$ 3.408.000,00
Guionista		\$ 518.297,87	\$ 518.297,87
Partners		\$ 1.147.056,12	\$ 1.147.056,12
Director de Producción		\$ 4.800.000,00	\$ 4.800.000,00
Director de Obra		\$ 5.920.000,00	\$ 5.920.000,00
MATERIAL DIRECTO			\$ 37.500,00
Marcadores borrables. Caja	1	\$ 20.500,00	\$ 20.500,00
Tablero. Unidad	1	\$ 17.000,00	\$ 17.000,00
CIF FIJOS			\$ 43.825,00
Internet (Horas)	56	\$ 261.800,00	\$ 10.908,33
Energía (Horas)	56	\$ 700.000,00	\$ 29.166,67
Agua (Horas)	56	\$ 90.000,00	\$ 3.750,00
Costos totales de la actividad			\$ 15.874.678,99

Fuente: Elaboración propia presente estudio. 2024

Los costos asociados al comité creativo de Xparta Entertainment S.A.S. están relacionados con la organización y desarrollo de las ideas para las historias que se generan en la célula de producción. Este proceso involucra recursos propios de la empresa, incluyendo la mano de obra de los guionistas y creativos, así como materiales indirectos, como videos de referencia que se utilizan para enriquecer las propuestas narrativas.

Cada historia desarrollada por el comité creativo genera un material audiovisual preliminar que contiene el enfoque sugerido para el guionista, lo que facilita la alineación de la visión creativa con el producto final. Sin embargo, este tipo de material no ha sido valorado económicamente debido a la dificultad de asignarle un costo específico, ya que se trata de elementos intangibles que forman parte del proceso creativo inicial y no están directamente ligados a la producción final del contenido.

Tabla 10*Costos Proceso elaboración de guiones. Empresa Xparta Entertainment.*

ELABORACION DE GUIONES			
Descripción de costos	Cant	Valor Costo	Valor Total
MOD			\$ 11.920.851,06
Guionista (Horas).	1288		\$ 11.920.851,06
MATERIAL DIRECTO			\$ 285.030,00
Resma de papel	7	\$ 17.990,00	\$ 125.930,00
impresora (impresión resmas)	7	\$ 300,00	\$ 2.100,00
Tinta (Caja por 4 unidades).	1	\$ 157.000,00	\$ 157.000,00
CIF FIJOS			\$ 921.725,00
Internet (Horas)	1288	\$ 261.800,00	\$ 250.891,67
Energía (Horas)	1288	\$ 700.000,00	\$ 670.833,33
Costos totales de la actividad			\$ 13.127.606,06

Fuente: Elaboración propia presente estudio. 2024

La elaboración de guiones comienza con la recopilación de los videos de referencia propuestos por el comité creativo, que actúan como material base para inspirar el enfoque narrativo y el tono de la historia. En esta etapa, se definen también los actores del elenco, las locaciones y los requisitos específicos de la producción.

Los diálogos y las descripciones escénicas se desarrollan en función de la visión creativa del guionista, quien utiliza su capacidad imaginativa para darle vida a las ideas iniciales. Estos recursos creativos, aunque intangibles, son fundamentales para la construcción del guion, ya que permiten transformar conceptos abstractos en un guion concreto y coherente.

Es importante destacar que el éxito de este proceso depende en gran medida de la disposición y habilidades del guionista, ya que su interpretación y adaptación de los materiales proporcionados determinan la calidad final del guion. Un análisis más profundo de esta etapa podría incluir la identificación de factores que influyen en la efectividad del guionista, como su experiencia, conocimiento del género y capacidad para trabajar con las referencias proporcionadas. Además, sería valioso evaluar cómo estos recursos iniciales pueden optimizarse para facilitar el proceso creativo y mejorar la eficiencia en la producción de guiones.

Tabla 11

Costos Proceso entrega y corrección de guiones. Empresa Xparta Entertainment.

ENTREGA Y CORRECCIÓN DE GUIONES			
Descripción de costos	Cant	Valor Costo	Valor Total
MOD			\$ 5.920.000,00
Director de Obra (Horas).	56		\$ 5.920.000,00
MATERIAL DIRECTO			\$ 25.400,00
lapicero (1 caja)	1	\$ 14.900,00	\$ 14.900,00
Tabla (1 unidad)	1	\$ 10.500,00	\$ 10.500,00
CIF FIJOS			\$ 11.666,67
Internet (datos móviles). Horas	56	\$ 280.000,00	\$ 11.666,67
Costos totales de la actividad			\$ 5.957.066,67

Fuente: Elaboración propia presente estudio. 2024

El proceso de entrega y corrección de guiones se lleva a cabo mediante el uso de un drive compartido. En esta plataforma, el guionista sube la versión inicial del guion, que luego es revisada por el director de obra. Este realiza las correcciones necesarias y añade comentarios o sugerencias, que son reenviados al guionista para su respectiva revisión y ajuste.

Una vez incorporadas las observaciones, se imprime una copia física del guion corregido para el director de obra, quien la utiliza como referencia principal. Posteriormente, el guion finalizado se distribuye digitalmente a través de grupos de WhatsApp a los diferentes equipos involucrados en la producción, incluyendo los asistentes de obra, arte, producción y preproducción, así como al elenco.

Este flujo de trabajo asegura que todos los departamentos y actores cuenten con la versión más actualizada del guion, facilitando una comunicación eficiente y la coordinación necesaria para la correcta ejecución de la producción. Sin embargo, sería recomendable implementar un sistema de seguimiento más formal para gestionar las revisiones y versiones de los guiones, evitando posibles confusiones y asegurando la claridad en cada etapa del proceso creativo y logístico.

-

Tabla 12

Costos Proceso identificación de requerimientos. Empresa Xparta Entertainment.

IDENTIFICACION DE REQUERIMIENTOS			
Descripción de costos	Cant	Valor Costo	Valor Total
MOD			\$ 3.771.338,79
Asistentes de arte (Horas)	56		\$ 363.338,79
Directora de Arte (Horas)	56		\$ 3.408.000,00
MATERIAL DIRECTO			\$ 62.512,41
Guiones Xparta. (Unidades)	210	\$ 31.256,20	\$ 6.563.803,03
Guiones Uruguay (Unidades)	210	\$ 31.256,20	\$ 6.563.803,03
CIF FIJOS			\$ 40.075,00
Internet (Horas)	56	\$ 261.800,00	\$ 10.908,33
Energía (Horas)	56	\$ 700.000,00	\$ 29.166,67
Costos totales de la actividad			\$ 3.873.926,20

Fuente: Elaboración propia presente estudio. 2024

En esta fase, el equipo de arte se encarga de desglosar los guiones recibidos de las unidades de grabación. A partir de este análisis detallado, se elabora un documento específico en el que se identifican y describen todos los elementos de utilería necesarios para cada historia, así como los tipos de escenarios que deben ser construidos o adaptados.

Este documento sirve como guía para asegurar que cada detalle visual esté en sintonía con la narrativa, incluyendo la ambientación, la selección de objetos de escena y la creación de espacios que reflejen fielmente el contexto de la historia. Además, se coordinan las necesidades de diseño de producción con los recursos disponibles, considerando aspectos como el presupuesto, los tiempos de producción y las limitaciones logísticas.

Es fundamental que este proceso se realice de manera colaborativa con otros departamentos, como el de producción y el de dirección, para garantizar que todos los elementos de arte estén alineados con la visión creativa y técnica del proyecto. Una planificación cuidadosa en esta etapa contribuye a evitar imprevistos durante el rodaje, optimizando el uso de recursos y asegurando que el resultado final cumpla con las expectativas visuales y estéticas establecidas para cada historia.

Tabla 13*Costos Proceso de Marcaciones. Empresa Xparta Entertainment.*

MARCACIONES			
Descripción de costos	Cant	Valor Costo	Valor Total
MOD			\$ 26.911.760,58
Director de Obra (Horas)	240		\$ 25.371.428,57
Asistentes de obra (Horas)	240		\$ 1.540.332,01
MATERIAL DIRECTO			\$ 62.512,41
guiones Xparta (Unidades)	210	\$ 31.256,20	\$ 6.563.803,03
guiones Uruguay (Unidades)	210	\$ 31.256,20	\$ 6.563.803,03
CIF FIJOS			\$ 706.250,00
Internet (datos móviles) (Horas).	240	\$ 1.400.000,00	\$ 250.000,00
Energía (Horas).	240	\$ 2.555.000,00	\$ 456.250,00
Costos totales de la actividad			\$ 27.680.522,99

Fuente: Elaboración propia presente estudio. 2024

En esta actividad, el director de obra graba un video específico para cada personaje, en el cual ofrece una descripción detallada sobre la caracterización y la interpretación requerida. Estos videos incluyen indicaciones sobre el tono de voz, expresiones corporales y aspectos emocionales que deben ser considerados para dar vida a cada personaje de manera coherente con la narrativa.

El contenido audiovisual se comparte inicialmente en el grupo de WhatsApp del equipo de asistentes de obra, quienes se encargan de distribuirlo posteriormente al elenco asignado para cada historia. Este proceso asegura que todos los actores reciban una orientación clara y precisa sobre cómo deben desarrollar sus roles, facilitando una interpretación más precisa y alineada con la visión del director.

Para optimizar la eficacia de esta metodología, sería recomendable implementar una plataforma de almacenamiento en línea donde se centralicen estos recursos, facilitando el acceso y el seguimiento de los materiales por parte de todo el equipo de producción y el elenco, garantizando así una mejor preparación y cohesión en el desarrollo de los personajes.

Tabla 14

Costos Cronograma de actividades. Empresa Xparta Entertainment.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES			
Descripción de costos	Cant	Valor Costo	Valor Total
MOD			\$.704.000,00
Directora de Arte	28		\$ 1.704.000,00
MATERIAL DIRECTO			\$ 13.127.606,06
Guiones Xparta (Unidades)	210	\$ 31.256,20	\$ 6.563.803,03
Guiones Uruguay (Unidades)	210	\$ 31.256,20	\$ 6.563.803,03
CIF FIJOS			\$ 20.037,50
Internet (Horas)	28	\$ 261.800,00	\$ 5.454,17
Energía (Horas).	28	\$ 700.000,00	\$ 14.583,33
Costos totales de la actividad			\$ 14.851.643,56

Fuente: Elaboración propia presente estudio. 2024

Se elaboran tres cronogramas específicos para cada área involucrada en la producción. El primer cronograma está destinado al elenco de actores y detalla el nombre del personaje, el lugar de la locación, así como la fecha y hora programadas para la grabación de cada escena.

El segundo cronograma incluye la información sobre las fechas, las locaciones y los nombres de los asistentes de arte, de obra y de producción asignados a cada historia. Este documento asegura que cada asistente conozca sus responsabilidades y el lugar exacto donde debe estar presente, facilitando la coordinación y el cumplimiento de las tareas designadas.

Finalmente, se elabora un tercer cronograma que integra todos los elementos de logística y producción, proporcionando una visión global del calendario de rodaje. Esta planificación detallada permite una gestión eficiente de los recursos y el tiempo, garantizando que todos los departamentos estén alineados y preparados para el desarrollo de las grabaciones según lo programado.

Para mejorar aún más la eficacia de este sistema, sería recomendable el uso de herramientas digitales de gestión de proyectos que permitan actualizar en tiempo real cualquier cambio en los cronogramas y facilitar la comunicación entre todas las áreas involucradas, evitando así posibles confusiones y asegurando una producción fluida y organizada.

Tabla 15

Costos creación de presupuestos. Empresa Xparta Entertainment.

CREACION DE PRESUPUESTOS			
Descripción de costos	Cant	Valor Costo	Valor Total
MOD			\$ 462.636,00
Directora de Arte (Horas).	7,602		\$ 462.636,00
MATERIAL DIRECTO			\$ 13.127.606,06
Guiones Xparta (Unidades)	210	\$ 31.256,20	\$ 6.563.803,03
Guiones Uruguay (Unidades).	210	\$ 31.256,20	\$ 6.563.803,03
CIF FIJOS			\$ 5.440,18
Internet (Horas)	7,602	\$ 261.800,00	\$ 1.480,81
Energía (Horas)	7,602	\$ 700.000,00	\$ 3.959,38
Costos totales de la actividad			\$ 13.595.682,25

Fuente: Elaboración propia presente estudio. 2024

Se elabora un presupuesto detallado en el que se incluyen estimaciones aproximadas de los costos asociados al alquiler de locaciones, la adquisición y uso de utilería, el transporte del equipo y el elenco, así como un margen adicional para cubrir posibles imprevistos que puedan surgir durante cada semana de grabación.

Este presupuesto es un instrumento fundamental para la planificación financiera de la producción, ya que permite anticipar gastos y gestionar los recursos de manera eficiente. Además, se recomienda revisarlo y ajustarlo de forma periódica, considerando cambios en la disponibilidad de las locaciones, variaciones en los precios de los servicios de transporte o necesidades adicionales de utilería, con el fin de mantener el control financiero del proyecto y asegurar que se mantenga dentro del marco presupuestario establecido.

Es crucial contar con una comunicación fluida entre los departamentos de producción, dirección y logística para actualizar el presupuesto según las necesidades específicas de cada semana de grabación y así evitar sobrecostos y asegurar el desarrollo exitoso del proyecto.

Se considera una depreciación acumulada de \$38.722.616. En el caso de los demás materiales directos, no se aplica depreciación, ya que sus valores son relativamente bajos para justificar este proceso. Para mayor claridad, se incluye anexo a este trabajo en el drive correspondiente, la política contable de la compañía relacionada con este tema, lo que proporciona un marco de referencia sobre cómo se gestionan y contabilizan los activos. Esto asegura una comprensión completa de las prácticas contables adoptadas por la empresa. Ver tabla 16.

Tabla 16

Costos Producción y Postproducción. Empresa Xparta Entertainment.

PRODUCCION Y POSPRODUCCIÓN			
Descripción de costos	Cant	Valor Costo	Valor Total
MOD			\$ 12.868.085,11
Asistentes de Producción (Horas)	336		\$ 12.868.085,11
MATERIAL DIRECTO			\$ 72.264.412,00
Memoria USB (Unidad)	1	\$ 659.000,00	\$ 659.000,00
PC gamer (Unidades)	8	\$ 1.329.999,00	\$ 10.639.992,00
Mouse (Unidades)	8	\$ 34.900,00	\$ 279.200,00
Teclado (Unidades)	8	\$ 107.000,00	\$ 856.000,00
Audífonos (Unidades)	8	\$ 41.584,00	\$ 332.672,00
Silla gamer (Unidades)	8	\$ 399.900,00	\$ 3.199.200,00
Cámara (Unidades)	4	\$ 10.350.000,00	\$ 41.400.000,00
Batería de la cámara (Unidades)	4	\$ 395.000,00	\$ 1.580.000,00
Micrófonos (Unidades)	4	\$ 90.000,00	\$ 360.000,00
Estabilizador (Unidades)	4	\$ 274.167,00	\$ 1.096.668,00
Micro SD (Unidades)	4	\$ 99.900,00	\$ 399.600,00
Cargador para batería (Unidades)	4	\$ 47.600,00	\$ 190.400,00
Batería 970 luces LED (Unidades)	4	\$ 437.920,00	\$ 1.751.680,00
Lente SIGMA (Unidades)	4	\$ 1.950.000,00	\$ 7.800.000,00
Batería SONY 71V (Unidades)	4	\$ 430.000,00	\$ 1.720.000,00
CIF FIJOS			240.450,00
Internet (Horas)	336	\$ 261.800,00	\$ 65.450,00
Energía (Horas)	336	\$ 700.000,00	\$ 175.000,00
Costos totales de la actividad			\$ 85.372.947,11

Fuente: Elaboración propia presente estudio. 2024

Discriminación de activos fijos que son depreciables.

A continuación se relacionan todos los activos fijos de la Empresa Xparta Entertainment.

Tabla 17*Discriminación de depreciación activos fijos. Empresa Xparta Entertainment.*

Material Directo Cámara
 Costo \$ 10.350.000
 Vida Útil 5 años
 Valor residual \$ 1.035.000

Año	Cuota depreciación	Depreciación Acumulada	Valor neto en libros
1	\$ 1.863.000	\$ 1.863.000	\$ 8.487.000
2	\$ 1.863.000	\$ 3.726.000	\$ 6.624.000
3	\$ 1.863.000	\$ 5.589.000	\$ 4.761.000
4	\$ 1.863.000	\$ 7.452.000	\$ 2.898.000
5	\$ 1.863.000	\$ 9.315.000	\$ 1.035.000
		Cantidad	8
		Subtotal depreciación	\$ 29.808.000

Fuente: Elaboración propia presente estudio. 2024

Material Directo Memoria USB
 Costo \$ 659.000
 Vida Útil 5 años
 Valor residual \$ 0

Año	Cuota depreciación	Depreciación Acumulada	Valor neto en libros
1	\$ 131.800	\$ 131.800	\$ 527.200
2	\$ 131.800	\$ 263.600	\$ 395.400
3	\$ 131.800	\$ 395.400	\$ 263.600
4	\$ 131.800	\$ 527.200	\$ 131.800
5	\$ 131.800	\$ 659.000	\$ 0

Fuente: Elaboración propia presente estudio. 2024

Material Directo: PC gamer
 Costo \$ 1.329.999
 Vida Útil 5 años
 Valor residual \$ 700.000

Año	Cuota depreciación	Depreciación Acumulada	Valor neto en libros
1	\$ 125.999,80	\$ 125.999,80	\$ 1.203.999,20
2	\$ 125.999,80	\$ 251.999,60	\$ 1.077.999,40
3	\$ 125.999,80	\$ 377.999,40	\$ 951.999,60
4	\$ 125.999,80	\$ 503.999,20	\$ 825.999,80
5	\$ 125.999,80	\$ 629.999	\$ 700.000
		Cantidad	8
		Subtotal depreciación	\$ 2.015.997

Fuente: Elaboración propia presente estudio. 2024

Material Directo: Silla gamer
 Costo \$ 399.900
 Vida Útil 5
 Valor residual \$ 20.000

Año	Cuota depreciación	Depreciación Acumulada	Valor neto en libros
1	\$ 75.980,00	\$ 75.980,00	\$ 323.920,00
2	\$ 75.980,00	\$ 151.960,00	\$ 247.940,00
3	\$ 75.980,00	\$ 227.940,00	\$ 171.960,00
4	\$ 75.980,00	\$ 303.920,00	\$ 95.980,00
5	\$ 75.980,00	\$ 379.900,00	\$ 20.000,00
		Cantidad	8
		Subtotal depreciación	\$ 1.215.680

Fuente: Elaboración propia presente estudio. 2024

Material Directo Bateria de la cámara
 Costo \$ 395.000
 Vida Útil 5
 Valor residual \$ 0

Año	Cuota depreciación	Depreciación Acumulada	Valor neto en libros
1	\$ 79.000,00	\$ 79.000,00	\$ 316.000,00
2	\$ 79.000,00	\$ 158.000,00	\$ 237.000,00
3	\$ 79.000,00	\$ 237.000,00	\$ 158.000,00
4	\$ 79.000,00	\$ 316.000,00	\$ 79.000,00
5	\$ 79.000,00	\$ 395.000,00	\$ 0,00
		Cantidad	4
		Subtotal depreciación	\$ 632.000

Fuente: Elaboración propia presente estudio. 2024

Material Directo: Estabilizador
 Costo \$ 274.167
 Vida Útil 5
 Valor residual \$ 0

Año	Cuota depreciación	Depreciación Acumulada	Valor neto en libros
1	\$ 54.833,40	\$ 54.833,40	\$ 219.333,60
2	\$ 54.833,40	\$ 109.666,80	\$ 164.500,20
3	\$ 54.833,40	\$ 164.500,20	\$ 109.666,80
4	\$ 54.833,40	\$ 219.333,60	\$ 54.833,40
5	\$ 54.833,40	\$ 274.167,00	\$ 0,00
		Cantidad	4
		Subtotal depreciación	\$ 438.667

Fuente: Elaboración propia presente estudio. 2024

Material Directo: Bateria 970 luces LED
 Costo \$ 437.920
 Vida Útil 5
 Valor residual \$ 0

Año	Cuota depreciación	Depreciación Acumulada	Valor neto en libros
1	\$ 87.584,00	\$ 87.584,00	\$ 350.336,00
2	\$ 87.584,00	\$ 175.168,00	\$ 262.752,00
3	\$ 87.584,00	\$ 262.752,00	\$ 175.168,00
4	\$ 87.584,00	\$ 350.336,00	\$ 87.584,00
5	\$ 87.584,00	\$ 437.920,00	\$ 0,00
		Cantidad	4
		Subtotal depreciación	\$ 700.672

Fuente: Elaboración propia presente estudio. 2024

Material Directo: Lente SIGMA
 Costo \$ 1.950.000
 Vida Útil 5
 Valor residual \$ 100.000

Año	Cuota depreciación	Depreciación Acumulada	Valor neto en libros
1	\$ 370.000,00	\$ 370.000,00	\$ 1.580.000,00
2	\$ 370.000,00	\$ 740.000,00	\$ 1.210.000,00
3	\$ 370.000,00	\$ 1.110.000,00	\$ 840.000,00
4	\$ 370.000,00	\$ 1.480.000,00	\$ 470.000,00
5	\$ 370.000,00	\$ 1.850.000,00	\$ 100.000,00
		Cantidad	4
		Subtotal depreciación	\$ 2.960.000

Fuente: Elaboración propia presente estudio. 2024

Material Directo: Bateria SONY 71V
 Costo \$ 430.000
 Vida Útil 5
 Valor residual \$ 0

Año	Cuota depreciación	Depreciación Acumulada	Valor neto en libros
1	\$ 86.000,00	\$ 86.000,00	\$ 344.000,00
2	\$ 86.000,00	\$ 172.000,00	\$ 258.000,00
3	\$ 86.000,00	\$ 258.000,00	\$ 172.000,00
4	\$ 86.000,00	\$ 344.000,00	\$ 86.000,00
5	\$ 86.000,00	\$ 430.000,00	\$ 0,00
		Cantidad	4
		Subtotal depreciación	\$ 688.000

Fuente: Elaboración propia presente estudio. 2024

Como se puede evidenciar en la tabla 17, se estimó por cada activo fijo de la *Empresa Xparta Entertainment*, el costo de la depreciación de: Cámara, memoria USB, PC gamer, Silla gamer, batería de la cámara, estabilizador, Batería marca 970 luces LED, Lente SIGMA, Batería SONY 71V, calculando su efectiva depreciación. El método de depreciación lineal es adecuado para asignar el costo de los activos fijos de manera proporcional durante su vida útil.

Paralelamente, se lleva cabo un inventario interno de los equipos técnicos asignados a cada asistente. Cada semana, se completa una ficha de entrega y seguimiento que documenta observaciones sobre el estado y funcionamiento de cada equipo.

Tabla 18

Costos Recepción de facturas. Empresa Xparta Entertainment.

RECEPCION DE FACTURAS			
Descripción de costos	Cant	Valor Costo	Valor Total
MOD			\$ 606.944,68
Directora de Arte	8,4		\$ 511.200,00
Asistentes de arte	8,4		\$ 54.500,82
Asistente de Preproducción	8,4		\$ 41.243,86
MATERIAL DIRECTO			
CIF FIJOS			\$ 6.011,25
Internet	8,4	\$ 261.800,00	\$ 1.636,25
Energía	8,4	\$ 700.000,00	\$ 4.375,00
costos totales de la actividad			\$ 612.955,93

Este proceso se lleva a cabo cada viernes con el objetivo de realizar un balance semanal de los costos y gastos, tanto directos como indirectos, incurridos por cada célula de grabación. Se compara esta información con el presupuesto previamente establecido para asegurar que los gastos se mantengan dentro de los límites planificados.

En caso de que se detecten diferencias, ya sea un excedente o un déficit, se realizan los ajustes necesarios de manera inmediata para corregir la desviación y garantizar la alineación financiera del proyecto. Este control semanal permite una gestión financiera más precisa y proactiva, asegurando el uso eficiente de los recursos y evitando problemas de liquidez que puedan afectar el desarrollo de las actividades programadas. Además, este proceso facilita la identificación de tendencias de gasto y posibles áreas de mejora, proporcionando información valiosa para la optimización de costos y la planificación futura.

Tabla 19.

Descripción de costos totales por proceso de actividad célula de grabación. Empresa Xparta.

DESCRIPCIÓN PROCESO CELULAS	Horas trabajadas	Asistentes de arte	Directora de Arte	Guionista	Partners	Director de Producción	Director de Obra	Asistentes de obra	Asistente de Preproducción	Asistentes de Producción	Costo por actividades
	valor de hora laborada	\$ 6.488	\$ 60.857	\$ 9.255	\$ 20.483	\$ 85.714	\$ 105.14	\$ 6.418	\$ 4.910	\$ 38.298	
Comité creativo	56		\$ 3.408.000	\$ 518.298	\$ 1.147.056	\$ 4.800.000	\$ 5.920.000				\$ 15.793.354
Elaboración de guiones	1288			\$ 1.920.851							\$ 11.920.851
Entrega y corrección de guiones	56						\$ 5.920.000				\$ 5.920.000
Identificación de requerimientos	56	\$ 363.339	\$ 3.408.000								\$ 3.771.339
Marcaciones	240						\$25.371.429	\$ 1.540.332			\$ 26.911.761
Cronograma de actividades de la semana	28		\$ 1.704.000								\$ 1.704.000
Creación de presupuestos	7,6		\$ 462.636								\$ 462.636
Entrega de presupuestos	28	\$ 181.669	\$ 1.704.000						\$ 137.480		\$ 2.023.149
Producción y postproducción	336									\$12.868.085	\$ 12.868.085
Recepción de facturas	8,4	\$ 54.501	\$ 511.200						\$ 41.244		\$ 606.945
Auditoria de contenido	336					\$ 28.800.000					\$ 28.800.000
Entrega de contenido	2					\$ 171.429					\$ 171.429
Subida del contenido	2				\$ 40.966						\$ 40.966
TOTALES	2444	\$ 599.509	\$ 11.197.836	\$12.439.149	\$ 1.188.022	\$ 33.771.429	\$ 37.211.429	\$1.540.332	\$ 178.723	\$12.868.085	\$ 110.994.514

Fuente: Datos suministrados por el personal del área financiera. Empresa: *Xparta Entertainment*, 2024

Tabla 20

Análisis de materia prima dos clientes fijos y proveedores. Empresa Xparta.

MATERIA PRIMA			
No	CONCEPTO	URUGUAY	XPARTA
1	Casino y Restaurantes	\$ 420.794,55	\$ 967.672,38
2	Gastos medicos y drogas	\$ 225.327,18	\$ 62.735,29
3	Gastos deportivos y de recreación		\$ 70.000,00
4	Transportes	\$ 879.581,94	\$ 478.131,91
5	Elementos de aseo y cafetería	\$ 153.972,51	\$ 105.002,53
6	Útiles papelería y fotocopias	\$ 753.967,90	\$ 05.002,53
7	Impuesto verde Impuesto a las bolsas	\$ 396,00	\$ 225,66
8	Combustibles y lubricantes	\$ 423.975,00	\$ 350.112,00
9	Utillería	\$ 900.549,16	\$ 372.118,80
10	Vestuario	\$ 921.714,64	\$ 2.197.680,63
11	Ipoconsumo	\$ 593,00	
12	No deducibles	\$ 6.320,37	\$ 14.000,00
13	Impuesto al consumo de licores 25%	\$ 8.653,00	
14	Decoraciones	\$ 587.031,99	\$ 195.168,07
15	Muebles, enseres y equipos	\$ 210.000,01	
16	Alimento para Gatos	\$ 7.200,00	
17	Gastos y obsequios a terceros(bonificaciones)	\$ 230.000,00	\$ 200.000,00
18	Gastos y obsequios a colaboradores(bonificaciones)		\$ 40.000,00
19	IVA descontable del gasto 19%	\$ 87.725,69	\$ 30.895,16
20	Arrendamientos - Construcciones y edificaciones	\$ 11.455.000,00	\$ 7.830.000,00
21	Alquiler-Disfraces	\$ 545.000,00	\$ 305.000,00
22	Temporales	\$ 130.000,00	\$ 37.000,00
23	Actuación Unidad de Grabación	\$ 7.255.000,00	\$ 1.205.000,00
24	Instalaciones eléctricas		\$ 35.000,00
25	Mantenimiento muebles y enseres	\$ 40.000,00	
26	Reparaciones locativas	\$ 75.127,00	\$ 3.000,00
27	Gastos de viaje - Alojamiento y manutención	\$ 125.336,13	\$ 158.672,26
28	Adecuación e instalación set de grabación	\$ 70.000,00	
29	Maquillaje	\$ 31.918,49	
	TOTAL	\$ 43.565.184,56	\$ 23.762.417,22

Fuente: Datos suministrados por el personal del área financiera. Empresa: *Xparta Entertainment*, 2024

6.4.1. La importancia de que la Compañía Digital Xparta Entertainment SAS mantenga más de un cliente.

1. Maximización de Recursos

Eficiencia Operativa: Al tener dos unidades de grabación trabajando simultáneamente, se maximiza el uso de recursos como elenco, utilería y equipo. Esto no solo reduce costos, sino que también permite una producción más ágil y efectiva.

Economía de Escala: La producción de 60 videos en lugar de 30 por el mismo costo significa que cada video tiene un costo de producción más bajo, aumentando el margen de beneficio.

2. Satisfacción del Cliente

Variedad y Calidad: Al aumentar la producción, puedes ofrecer a tus clientes una mayor variedad de contenidos de alta calidad, lo que puede mejorar su satisfacción y fidelidad.

Tiempo de Entrega: La capacidad de producir más videos en menos tiempo puede ser un gran atractivo para los clientes, quienes valoran la rapidez en la entrega de contenidos.

3. Atractivo para Nuevos Clientes

Ampliación del Mercado: Con una mayor capacidad de producción, puedes atraer a nuevos clientes o proyectos que antes no podrías haber asumido, aumentando tus oportunidades de negocio.

Proyectos Personalizados: La flexibilidad en la producción permite ofrecer paquetes personalizados, lo que puede resultar en más contratos y relaciones a largo plazo.

4. Sustento Financiero

Generación de Ingresos: La producción de 60 videos al mes puede incrementar significativamente los ingresos, lo que no solo sustenta la unidad de Xparta, sino que también permite reinversiones y mejoras continuas en la calidad del servicio.

Reducción de Costos Fijos: Al tener una mano de obra con contrato por prestación de servicios, puedes ajustar los costos según la demanda, lo que proporciona una mayor estabilidad financiera.

5. Sinergia entre Unidades

Colaboración Inter-Unidades: La unidad de Uruguay puede actuar como soporte para la de Xparta, permitiendo un flujo de trabajo más cohesivo y un aprovechamiento compartido de experiencias y aprendizajes.

En conclusión al presentar estos puntos, se puede demostrar cómo el enfoque en los clientes y la eficiencia en la producción no solo benefician a la empresa económicamente, sino que también mejoran la oferta de servicios y la satisfacción del cliente. Esto refuerza la importancia de los clientes en la estrategia de inversión y crecimiento de la unidad de grabación.

6.4.2. Importancia de nuestra geo localización y la relación con proveedores en Popayán

1. Ahorro de Costos

Precios Competitivos: La disponibilidad de proveedores en Popayán que ofrecen utilería y vestuario a precios bajos permite a la empresa reducir sus costos de producción. Esto se traduce en una mayor rentabilidad y la posibilidad de ofrecer precios más competitivos a los clientes.

Reducción de Gastos de Transporte: La cercanía de los lugares de grabación minimiza los costos de transporte, lo que permite un uso más eficiente del presupuesto destinado a la producción.

2. Acceso a Recursos Locales

Sets de Grabación Diversos: La posibilidad de trabajar con propietarios locales que alquilan sus negocios, casas, fincas y apartamentos como sets de grabación enriquece la variedad de ambientes que puedes ofrecer en tus producciones. Esto no solo diversifica tus opciones creativas, sino que también apoya a la comunidad local.

Colaboraciones Beneficiosas: Las relaciones con empresas más grandes para canjear servicios por publicidad directa generan un valor agregado, fortaleciendo la red de contactos y abriendo nuevas oportunidades de promoción.

3. Impulso a la Comunidad Local

Desarrollo Económico Local: Al trabajar con proveedores y propietarios locales, la empresa contribuye al desarrollo económico de la región. Esto puede fortalecer la reputación de la empresa como un actor positivo en la comunidad, lo que puede ser atractivo para los clientes.

Sostenibilidad: La elección de proveedores locales también apoya prácticas sostenibles, reduciendo la huella de carbono asociada con el transporte de materiales.

4. Ventaja Competitiva

Geo localización Estratégica: La ubicación privilegiada en Popayán no solo facilita el acceso a recursos, sino que también puede ser un atractivo para clientes que buscan producciones auténticas en un entorno diverso y pintoresco.

Flexibilidad y Adaptación: Esta cercanía y relación con proveedores permite una mayor agilidad en la producción, facilitando ajustes rápidos y eficaces según las necesidades del cliente.

5. Consolidación de Alianzas

Fortalecimiento de Redes: La colaboración con proveedores locales y empresas más grandes puede dar lugar a alianzas estratégicas que beneficiarán a la empresa a largo plazo, ampliando su red de influencia y oportunidades. En conclusión al destacar estos aspectos, podríamos enfatizar cómo la geo localización y las relaciones con proveedores en Popayán no solo permiten a la empresa operar de manera más eficiente y rentable, sino que también aportan valor a la comunidad y crean una ventaja competitiva en el mercado.

Tabla 21*Costo mano de obra directa.*

MANO DE OBRA DIRECTA				
	ASISTENTE DE OBRA	CANTIDAD DE GUIONES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Miller Castañeda	110	\$ 25.000	\$ 2.750.000
2	Santiago Ortiz	110	\$ 25.000	\$ 2.750.000
3	Juan Diego Ramirez	55	\$ 25.000	\$ 1.375.000
4	Irma Hernandez	88	\$ 25.000	\$ 2.200.000
5	Zharick Sánchez	7	\$ 25.000	\$ 175.000
	TOTAL	370	\$ 125.000	\$ 9.250.000

	ASISTENTE DE ARTE	CANTIDAD DE GUIONES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Jose Luis Alegría	46	\$ 25.000	\$ 1.150.000
2	Enrique Rios	132	\$ 25.000	\$ 3.300.000
3	Cristian Carvajal	79	\$ 25.000	\$ 1.975.000
4	Camilo Rios	62	\$ 25.000	\$ 1.550.000
5	Esteban Sánchez	27	\$ 25.000	\$ 675.000
6	Jeronimo Sánchez	9	\$ 25.000	\$ 225.000
7	Luis Fernández	11	\$ 25.000	\$ 275.000
	TOTAL	366	\$ 175.000	\$ 9.150.000

	ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	CANTIDAD DE GUIONES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Jose Manuel Villegas	62	\$ 169.355	\$ 10.500.000
2	Marlon Camacho	61	\$ 172.131	\$ 10.500.000
3	Sara Garcia	62	\$ 169.355	\$ 10.500.000
4	Diego Alexander Esquivel	55	\$ 190.909	\$ 10.500.000
5	Diego Fernando Campo	60	\$ 175.000	\$ 10.500.000
6	Santiago Wagner	14	\$ 150.000	\$ 2.100.000
	TOTAL	314	\$ 1.026.750	\$ 54.600.000

	GUIONISTAS	CANTIDAD DE GUIONES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Tatiana Diaz	218	\$ 32.500	\$ 7.085.000
2	Valentina Galindez	57	\$ 32.500	\$ 1.852.500
3	Leonardo Astaiza	96	\$ 32.500	\$ 3.120.000
4	Lesly Ordoñez	1	\$ 32.500	\$ 32.500
5	Adriana Silva	7	\$ 32.500	\$ 227.500
6	Diego Meneses	8	\$ 32.500	\$ 260.000
7	Juan Jose Obonaga	19	\$ 32.500	\$ 617.500
	TOTAL	406	\$ 227.500	\$ 13.195.000

Fuente: Datos suministrados por el personal del área financiera. Empresa: *Xparta Entertainment*, 2024

- **Descripción de la mano de obra directa.**

Asistentes de obra: Los asistentes de obra usualmente son los responsables de que cada producción audiovisual (videos de reflexión) cumplan con los estándares de calidad del productor audiovisual (tomas, planos, voz en off, escenarios, iluminación, sonido), del director de obra (marcaciones, vestuario, expresión corporal) y con los requerimientos del cliente (duración, imagen, detalles) así que cada uno tiene la capacidad de monitorear 5 historias a la semana. En algunas ocasiones por cercanía a las locaciones ellos alternan la carga asignada.

Asistentes de arte: Los asistentes de arte se encargan de la compra de utilería y vestuario por cada historia, así que su trabajo se enfoca en abaratar costos de acuerdo al presupuesto asignado semanalmente. Tienen la capacidad de asistir el montaje de 10 historias quincenales.

Asistentes de producción: Los asistentes de producción realizan su trabajo en dos tiempos, uno lo incorporan en la grabación de las historias y la segunda fase en la edición del contenido, esta última comprende detalles como subtítulos en español, animaciones 2D, 3D, orientación horizontal y vertical, integración de voz en off, línea de tiempo, fotografía e intermedios de silencios en las historias. Ellos tienen la capacidad de grabar y editar 10 videos mensuales.

Guionistas: Los guionistas se encargan de elaborar 10 historias quincenales, uno de ellos trabaja con links de videos por historia y el resto de guionistas trabajan con 8 ideas semanales desde un enganche (contexto corto y llamativo de la historia) sugerido por el comité creativo.

7. PROPUESTA ESTRUCTURA DE SISTEMA DE COSTOS ABC

Es importante argumentar que el sistema de costos tradicional no permite asignar los costos no manufactureros o los costos indirectos ⁵ que están vinculados con la elaboración de un producto o servicio, como son los gastos administrativos. Las empresas de servicios suelen utilizar este tipo de costos por que les resulta más fácil determinar sus costos directos, pero los indirectos suelen ser promediados entre los productos elaborados, conllevando a desviaciones en la determinación de los mismos. A continuación, en la tabla 12 se presenta las diferencias entre el sistema de costo tradicional y el sistema de costo ABC, motivos por los cuales se ha considerado este tipo de costos para desarrollar el presente proyecto.

Tabla 22

Diferencias entre costo tradicional y costo ABC.

Costo Tradicional	Costos Sistema ABC
Divide los gastos de la empresa en costos de fabricación, los cuales son llevados a los productos en gastos de administración y ventas.	Los costos de administración y ventas son llevados a los productos y/o servicios.
Utiliza un criterio de distribución de los costos fijos a los productos, por lo general horas hombre, horas máquinas trabajadas o volúmenes producidos.	Emplea varios factores de asociación, buscando obtener el costo más real y preciso posible.
Los productos consumen los costos.	Las actividades consumen los costos, los productos o servicios consumen actividades.
Asigna los costos indirectos de fabricación usando como base una medida de volumen.	Asigna los costos indirectos de fabricación en función de los recursos consumidos por las actividades.
Se preocupa de valorizar principalmente los procesos productivos.	Se preocupa por valorizar todas las áreas de la organización.
Orientado según la estructura de la organización, valorización de tipo funcional	Orientado hacia los procesos, valorización de tipo transversal y mejoramiento de procesos

⁵ Los **costos no manufactureros** son aquellos gastos que no están directamente relacionados con la producción de bienes o la transformación de materias primas. En lugar de eso, están asociados a actividades como administración, ventas, distribución, y otros servicios complementarios. Estos costos suelen ser necesarios para que la empresa funcione de manera eficiente, pero no están involucrados en la fabricación del producto.

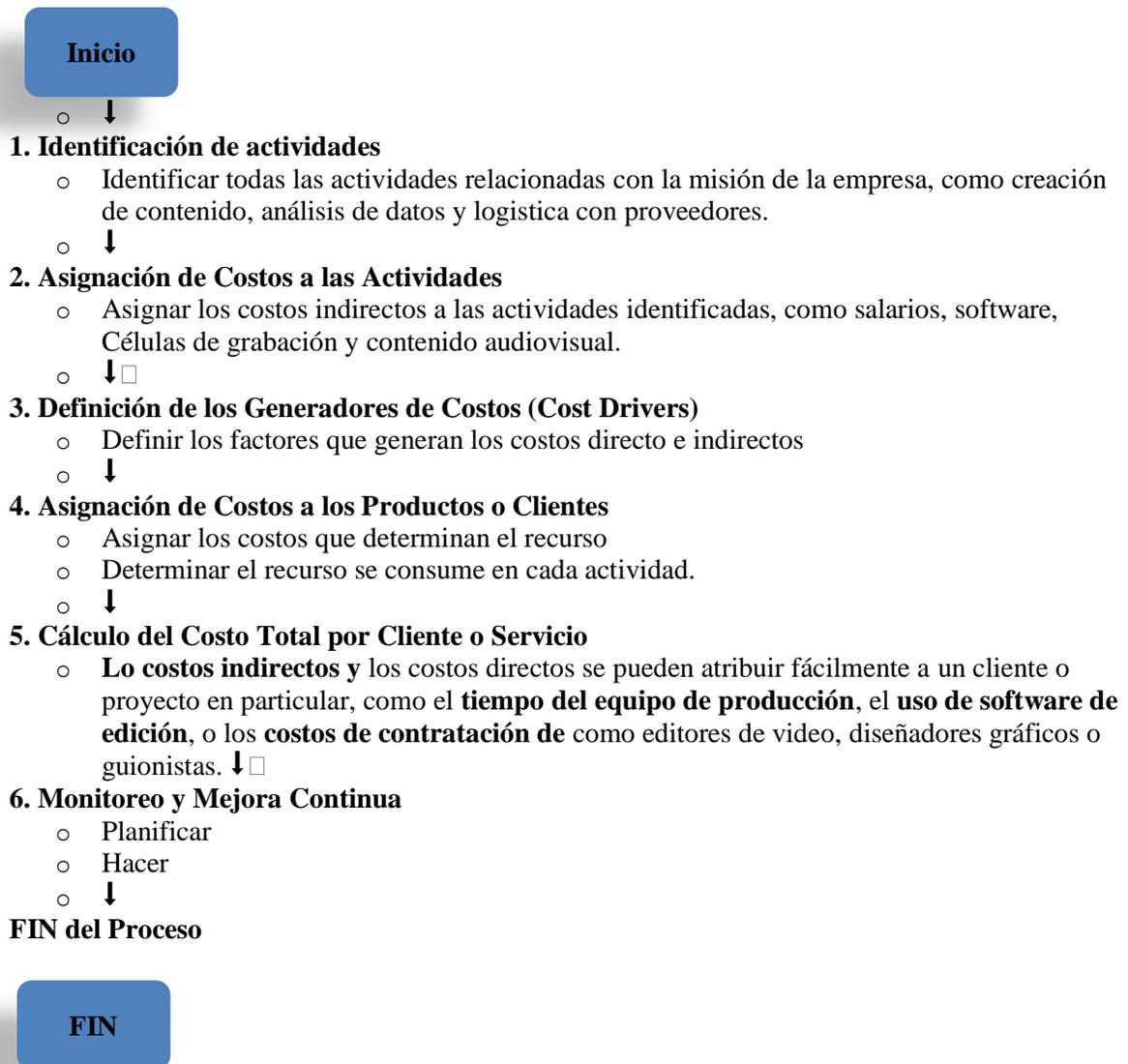
En el sistema de costos tradicional se suele utilizar promedios de los costos indirectos, lo que produce inexactitud del costo de los productos o servicios

El proyecto de implementación del sistema de costos ABC en los procesos de captación de clientes y prestación de servicios es de suma importancia para la empresa Xparta Entertainment SAS, año 2024, inicia con el siguiente Flujograma de procesos.

Figura 8.

Flujograma de Procesos Empresa Xparta - Entertainment – 2024.

Estructuración Sistema de Costos ABC - Xparta Entertainment, 2024.



La propuesta brindada aporta información relevante a la gerencia y permite resolver algunos aspectos de la problemática, como por ejemplo, el recurso humano, determinar si el personal es el necesario o de lo contrario se cuenta con personal en exceso; mejorar en poder de negociación con los proveedores para que bajen un poco los costos y mejoren los puntos de ganancia, dejando un margen mayor a la Empresa: *Xparta Entertainment, 2024.*; se tendrá un control eficiente de los costos; reducir los costos, permitirá proponer un mejor precio a los clientes, debido que han incursionado más competidores en el mercado con franquicias de tecnologías Europeas; negociar el pago del alquiler deportivo y lo más importante, conocerá los costos en los que incurre por proceso y actividad.

Con este Sistema se permitirá realizar un análisis profundo de lo que está ocurriendo en las operaciones de la Empresa: *Xparta Entertainment, 2024.*; se podrá tomar decisiones gerenciales para incrementar la rentabilidad, estará en grado de conocer los costos por procesos y actividades con el que realizan sus operaciones, además de conocer el punto de equilibrio.

Las alternativas propuestas en el proyecto son viables, debido a que no generan un costo y tiempo elevado, al contrario, resulta económica para el impacto que conllevará su implementación en las operaciones y sobre todo en la rentabilidad, permitirá capacitar al personal administrativo en lo referente al sistema de costos ABC y creará una cultura organizacional sobre la importancia de los costos.

La propuesta realizada en el presente proyecto es pertinente, porque se ha demostrado que con la reducción de costos en los procesos de captación de clientes y prestación de servicios generan un incremento en la rentabilidad del 11%.

La implementación del sistema de costos ABC, depende de la decisión de la gerencia, el proyecto es una propuesta objetiva, basado en hechos y datos reales proporcionados por la gerencia, se ha considerado los procesos y actividades con los que opera la empresa.

7.1. Propuesta Estructura de Precios Competitivos.

Establecer precios competitivos en una empresa de diseño de estrategias digitales para la creación de contenido y su monetización requiere un enfoque estratégico que considere varios factores clave. Aquí te detallo un proceso que puedes seguir:

1. Análisis del Mercado

- **Investigación de Competencia:** Identifica a los principales competidores en el mercado y analiza sus precios, servicios ofrecidos, y la calidad de su trabajo. Observa qué diferencia tu oferta de la suya y cómo se posicionan.
- **Segmentación de Clientes:** Define los segmentos de clientes a los que deseas dirigirte, como startups, pequeñas y medianas empresas, o grandes corporaciones. Entender sus necesidades y presupuestos te ayudará a ajustar tus precios de manera adecuada.

2. Valor Percibido

- **Evaluación del Valor Añadido:** Determina el valor que tus servicios ofrecen al cliente. Esto puede incluir aspectos como la calidad del contenido, la creatividad, la efectividad en la estrategia de monetización, y el retorno de inversión esperado. Cuanto mayor sea el valor percibido, mayor puede ser el precio que estás en condiciones de cobrar.
- **Propuesta de Valor Única:** Establece claramente qué te diferencia de la competencia. Esto puede ser experiencia en un nicho específico, resultados comprobados, un enfoque innovador, o una metodología propia.

3. Costos Internos

- **Cálculo de Costos de Producción:** Desglosa todos los costos asociados con la prestación de tus servicios, incluidos salarios, software, herramientas, tiempo dedicado, y cualquier otro gasto operativo. Asegúrate de que los precios cubran estos costos y generen un margen de beneficio adecuado.
- **Economías de Escala:** Considera cómo puedes reducir costos a medida que tu volumen de negocio crece, y cómo esto podría permitirte ofrecer precios más competitivos sin sacrificar calidad o rentabilidad.

4. Estrategias de Precios

- **Precios por Paquetes:** Crea diferentes paquetes de servicios que se adapten a distintos presupuestos y necesidades. Por ejemplo, un paquete básico podría incluir una estrategia de contenido simple, mientras que un paquete premium podría ofrecer un servicio completo de creación de contenido y análisis de monetización.
- **Precios Basados en Resultados:** Considera un modelo de precios que se base en los resultados alcanzados, como un porcentaje del ingreso generado por la monetización del contenido. Esto puede ser atractivo para los clientes, ya que vincula el costo del servicio directamente con el éxito del proyecto.
- **Descuentos y Promociones:** Implementa descuentos por volumen, contratos a largo plazo, o promociones para nuevos clientes. Estas tácticas pueden ayudar a atraer clientes iniciales y fomentar relaciones a largo plazo.

5. Pruebas y Ajustes

- **Prueba de Precios:** Lanza tus servicios con diferentes estructuras de precios y monitorea la reacción del mercado. Esta etapa te permitirá ajustar tus tarifas según la demanda y la percepción del cliente.
- **Revisión Continua:** Revisa y ajusta tus precios regularmente en función de los cambios en los costos, la competencia, y el mercado. Mantente flexible y dispuesto a modificar tu estrategia de precios según sea necesario para mantenerte competitivo.

6. Transparencia y Comunicación

- **Comunicación Clara:** Asegúrate de que tus clientes comprendan claramente lo que están pagando y el valor que recibirán. Transparencia en la estructura de precios genera confianza y justifica el costo.
- **Educación del Cliente:** A veces, los clientes no entienden completamente lo que implica la creación de contenido y la estrategia de monetización. Educarles sobre el proceso y los beneficios de tus servicios puede ayudar a justificar un precio más alto.

Implementar estas estrategias permitirá establecer precios competitivos que no solo atraigan a clientes, sino que también aseguren la rentabilidad y el crecimiento sostenible de tu empresa de diseño de estrategias digitales.

7.2. Propuesta Estructura de Costo por Procesos para Xparta Entertainment SAS.

Estructurar un sistema de costos por procesos para una empresa de creación de contenido que permita analizar si los ingresos por ventas a clientes nacionales y extranjeros financian la producción propia implica varios pasos clave. A continuación, se presenta un enfoque para desarrollar este sistema:

1. Definición de Procesos

- **Identificación de Procesos Clave:** Desglosa la operación de la empresa en procesos específicos. En una empresa de creación de contenido, estos procesos pueden incluir:
 - Investigación y planificación de contenido.
 - Producción (escritura, diseño, grabación, edición).
 - Distribución y publicación.
 - Promoción y marketing.
 - Monetización y análisis de resultados.
- **Subprocesos:** Dentro de cada proceso principal, identifica subprocesos específicos. Por ejemplo, en la producción, podría haber subprocesos como guionización, filmación, edición de video, etc.

2. Asignación de Costos a Procesos

- **Costos Directos:** Asigna los costos directos a cada proceso. Estos incluyen materiales, software, salarios de personal directamente involucrado en cada proceso, y otros costos directamente atribuibles.
- **Costos Indirectos:** Identifica y distribuye los costos indirectos, como la electricidad, alquiler de oficinas, y otros gastos generales, entre los diferentes procesos. Puedes hacer esto utilizando bases de asignación apropiadas, como horas de trabajo o el uso de recursos.

- **Herramientas de Seguimiento:** Utiliza herramientas de seguimiento de tiempo y recursos para registrar con precisión cuánto tiempo y recursos se dedican a cada proceso. Esto es fundamental para una asignación precisa de los costos.

3. Determinación del Costo Unitario

- **Cálculo del Costo por Unidad de Producción:** Divide el costo total de cada proceso entre las unidades producidas (ej. número de artículos escritos, videos producidos, campañas completadas). Esto te dará el costo unitario por tipo de contenido.
- **Costos por Proceso y por Cliente:** Si es posible, desglosa los costos por proceso según los proyectos de clientes nacionales y extranjeros. Esto permitirá un análisis más detallado de la rentabilidad por segmento de mercado.

4. Registro y Control de Costos

- **Establecimiento de Cuentas Contables Específicas:** Crea cuentas contables específicas para cada proceso. Esto permitirá un seguimiento preciso de los costos incurridos en cada uno.
- **Software de Gestión de Costos:** Implementa un software de contabilidad o gestión empresarial que permita registrar y asignar los costos a cada proceso de manera automática y precisa.

5. Análisis de Ingresos por Cliente

- **Desglosar Ingresos:** Registra los ingresos de ventas separadamente para clientes nacionales y extranjeros. Esto permite comparar los ingresos con los costos asociados a cada segmento de mercado.
- **Asignación de Costos a Ingresos:** Relaciona los costos incurridos en la producción del contenido con los ingresos generados por ese contenido, diferenciando entre clientes nacionales y extranjeros. Esto ayudará a determinar la rentabilidad por mercado.

6. Determinación de Rentabilidad

- **Comparación de Ingresos y Costos:** Para cada segmento de mercado (nacional y extranjero), compara los ingresos generados con los costos asignados a esos ingresos. Esto te permitirá determinar si los ingresos cubren los costos de producción.
- **Análisis de Margen de Contribución:** Calcula el margen de contribución por proceso y por cliente. Esto indica cuánto de los ingresos cubre los costos fijos después de haber cubierto los costos variables.

7. Reportes y Toma de Decisiones

- **Generación de Reportes Financieros:** Desarrolla reportes financieros periódicos que muestren los costos por proceso y los ingresos por cliente (nacional y extranjero). Incluye métricas clave como el margen de contribución y el margen operativo.
- **Toma de Decisiones Estratégicas:** Utiliza la información proporcionada por el sistema de costos para tomar decisiones estratégicas. Por ejemplo, si se descubre que los ingresos de un segmento no están cubriendo los costos de producción, podrías considerar ajustes en los precios, la renegociación de contratos, o la optimización de procesos.

8. Revisión y Mejora Continua

- **Evaluación Periódica del Sistema:** Revisa regularmente el sistema de costos para asegurarte de que sigue siendo relevante y preciso. Ajusta las asignaciones de costos y los procesos a medida que la empresa crece o cambia.
- **Optimización de Procesos:** Utiliza los datos obtenidos del sistema de costos para identificar áreas de mejora en los procesos, con el objetivo de reducir costos y mejorar la eficiencia.

Implementar un sistema de costos por procesos de esta manera proporcionará a la empresa una base sólida para analizar si los ingresos por ventas son suficientes para financiar la producción propia, permitiendo así una toma de decisiones más informada y estratégica.

CONCLUSIONES

Con base a los objetivos planteados del presente trabajo de grado, se arrojaron las siguientes conclusiones.

La identificación de los costos en cada etapa de producción de las "células de grabación" ha sido fundamental para Xparta Entertainment SAS. Al desglosar los costos asociados tanto para los clientes nacionales como extranjeros, así como para las producciones internas, se ha logrado obtener una comprensión clara del costo real de cada proceso. Este análisis detallado no solo ha proporcionado una visión más precisa de los gastos, sino que también ha permitido evaluar su impacto en la rentabilidad de la empresa, sentando las bases para una gestión financiera más efectiva y estratégica en el futuro.

La implementación de un sistema de costos basado en procesos, utilizando la metodología ABC (Activity-Based Costing), ha resultado en una estructura más eficiente y confiable para la gestión de costos en la empresa. Este enfoque no solo proporciona información precisa sobre los costos asociados a cada actividad, sino que también permite evaluar la viabilidad financiera de los ingresos generados por los clientes nacionales y extranjeros en relación con las producciones internas. Como resultado, la gerencia cuenta con una herramienta valiosa que facilita la toma de decisiones estratégicas y financieras, mejorando así la sostenibilidad y rentabilidad de la organización.

La identificación minuciosa de los costos directos e indirectos ha permitido a Xparta Entertainment SAS establecer un precio de venta competitivo que no solo cubre los costos de producción, sino que también garantiza una rentabilidad adecuada. Este análisis ha sido fundamental para que la empresa se mantenga competitiva en el mercado digital, tanto a nivel nacional como internacional, posicionándola de manera efectiva en un entorno cada vez más desafiante.

Se han formulado recomendaciones estratégicas para optimizar la estructura de costos, centradas en la mejora continua del sistema. Estas estrategias incluyen la diversificación de la base de clientes, la optimización de los recursos utilizados en las distintas etapas de producción y la implementación de tácticas de ventas más efectivas. Al adoptar estas medidas, la empresa podrá reducir costos innecesarios y, a su vez, aumentar su competitividad en el dinámico mercado digital. Este enfoque proactivo no solo mejorará la eficiencia operativa, sino que también fortalecerá la posición de la empresa frente a los desafíos del entorno actual.

La implementación del sistema de costos ABC, ha tenido un impacto significativo en la sostenibilidad y competitividad de Xparta Entertainment. Este enfoque no solo optimiza las operaciones financieras de la empresa, sino que también refuerza su capacidad para adaptarse a las fluctuaciones del mercado y aprovechar nuevas oportunidades de crecimiento. Como resultado, Xparta se encuentra en una posición más sólida frente a sus competidores, lo que asegura su sostenibilidad a largo plazo en un entorno empresarial en constante evolución.

En conclusión, el sistema de costos establecido se ha convertido en una herramienta esencial para la toma de decisiones gerenciales en Xparta Entertainment. Al proporcionar información relevante y precisa, este sistema permite a la empresa mantenerse a la vanguardia en el competitivo mercado digital. Además, facilita la mejora de la rentabilidad mediante decisiones informadas, fundamentadas en datos confiables. Esta capacidad de análisis y adaptación no solo optimiza la gestión interna, sino que también posiciona a Xparta para enfrentar los desafíos futuros con mayor eficacia.

RECOMENDACIONES

Reconociendo la importancia de los costos dentro de una empresa y la incidencia de estos en la toma de decisiones, se brindan las siguientes recomendaciones con el fin de ser ejecutadas y lideradas por la gerencia *XPARTA ENTERTAINMENT SAS*, para la adopción de un sistema de costos estructurado.

Se recomienda ejecutar la implementación del sistema propuesto de manera gradual, llevándolo escalonadamente entre áreas hasta integrar a toda la empresa, estructurando las células de grabación de acuerdo con lo mencionado en el presente modelo mejorando su organización y medición.

Se sugiere planificar y ejecutar la socialización y participación conjunta de todos los miembros de la empresa *XPARTA ENTERTAINMENT SAS*, para difundir la implementación del sistema de costos propuesto, resaltando sus cualidades y beneficios, clarificando la información necesaria para su funcionamiento y finalmente motivando a todo el personal de tal manera que se alcance los objetivos sin que estos cambios se vean o interpreten como trabajo adicional o como un procedimiento complejo para sus responsabilidades.

De igual manera, se recomienda integrar el software de costos con relación a los procedimientos mencionados, apoyándose en el sistema de órdenes de producción y la aplicación de los costos ABC lo que permitirá la generación de informes que apoyen la toma de decisiones e impacte los resultados de la empresa.

Se recomienda realizar elementos de monitoreo periódico a los costos permitiendo el avance competitivo de la empresa, mediante la actualización de métodos de disminución de gastos y costos, sin afectar la eficiencia de la empresa y aumento de su rentabilidad y ahorro.

Se sugiere a la Corporación Universitaria Unicomfacauca, de la Facultad de Ciencias Empresariales del Programa Contaduría Pública, continuar con esta línea de trabajos de grados en investigaciones que permitan estructurar un sistema de costos por procesos, estableciendo estrategias que contribuyan al crecimiento de la organización y alcance la rentabilidad esperada.

BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez. (2014). Contabilidad de Costos. *Contaduría y Administración*, 59(2), 253–275.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Alegria Q, Duban Andrés. (2023). Diagnóstico contable y financiero de la Fundación Escuela Taller de Popayán en el área productiva periodo 2022 II. Universidad Autónoma del Cauca. Programa Contaduría Pública
- Barragán, V. N. (2015). Repositorio Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia.
<https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/1560/1/TGT-296.pdf>
- Báez, M. (2016). El proceso de importación y los costos del producto terminado de la empresa ALUVID CIA. LTDA. En el periodo 2014 -2015. (Proyecto de Investigación). Universidad Técnica de Ambato. Ecuador.
- Bardales, M (2018). El Sistema de Costeo y su Incidencia en la Rentabilidad de la Empresa V&P Logistic SAC en el año 2016. (Título de Pregrado). Universidad Privada del Norte. Perú.
Recuperado de: <file:///C:/Users/Personal/Desktop/sistema%20de%20costeo.pdf>
- Bejarano, A., Cardozo, E., Rico, N y Romero, C. (2017). Análisis de costo y ventas de un proyecto con variación en el tiempo de ejecución. (Tesis de Especialización). Universidad Católica
<https://acortar.link/5CuNj>
- De Groot, Nini y Rovira (2020). “*Economía creativa en la revolución digital*”. La acción para fortalecer la cadena regional de animación digital en países mesoamericanos. CEPAL.
- Del Río González, C. (2011). *Costos I, Históricos*. Ciudad de México D.F.: Cengage.
- EAFIT . (08 de 05 de 2008). *Historia de la Contabilidad de costos*. Obtenido de Historia de la Contabilidad de Costos.

- Espinoza, M. (2017). Análisis de Costos y su Incidencia en la Rentabilidad de la Empresa Hotelera Alpamayo Perú E.I.R.L., de la ciudad de Huaraz, 2016. (Tesis de Pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Perú. Recuperado de: <https://n9.cl/wm4o1>.
- Calderón, F. (2019). Estructura de Costos Del Servicio para Determinar la Utilidad Operativa de la Empresa de Transportes Chiclayo S.A., 2018. (Tesis de Pregrado). Universidad César Vallejo. Perú.
- Costa Marques, M. C. (2012). Contribución del modelo ABC en la toma de decisiones: el caso universidades. Cuadernos de Contabilidad, 13 (33), 527-543. Scientific Electronic Library Online:
- Díaz-Ramírez, J. (2021). Aprendizaje Automático y Aprendizaje Profundo. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 29(2), 180-181.
- Económicas, O. I. (2016). Organización Interamericana de Ciencias Económicas. <https://www.nicniif.org/home/normas/niif-para-las-pymes.html>
- González, Jenny y Bedoya Julián (2023). *Propuesta de un Sistema de Costos Para la Empresa Soluciones y Suministros Técnicos Industriales S.A.S. – SYSTI*. Instituto Universitaria Antonio José Camacho. Facultad de Ciencias Empresariales Programa Contaduría Pública.
- García Garnica, A., & Taboada Ibarra, E. L. (2012). Scientific Electronic Library Online. <https://www.scielo.org.mx/scielo.php?lng=es>
- Geysler, W. (20 de julio de 2023). *Influencer Marketing Hub*. Obtenido de 20 Agencias Líderes de Marketing de Influencers (2023): <https://influencermarketinghub.com/es/agencias-lideres-de-marketing-de-influencers/>
- Hadi, M., Martel, C., Huayta, F., Rojas, C., & Arias, J. (2023). Metodología de la investigación: Guía para el proyecto de tesis. Puno Perú: Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú S.A.C.
- Hernández, -S. R., & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación, las rutas cuantitativas cualitativas y mixtas. Ciudad de México. México: Mc Graw Hill.

- Kinkel, S., Baumgartner, M., & Cherubini, E. (2022). Prerequisites for the adoption of AI technologies in manufacturing—Evidence from a worldwide sample of manufacturing companies. *Technovation*, (110), 102375.
- Londoño, L. (2020). Repositorio Institucional UN Biblioteca Digital. Universidad Nacional de Colombia:
- Merlo E, Reinoso N, Rubino M y Ruggeri Y (2013). Los costos y la Toma de Decisiones. Aplicación práctica a una pequeña empresa. Universidad Nacional del Cuyo. Facultad de Contaduría.: https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/5240/merlofinal.pdf .
- Pacheco B, Fabiola (2019). “Modulo Costos de Producción”. ISBN: 978-958-5471-26-9. <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/18470/M%C3%B3dulo%20Costos%20de%20Producci%C3%B3n%20diagramaci%C3%B3n.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Reyes Fernández Y. (2016). *Clasificación de Costos (Apuntes Docente)*. Pontificia Católica de Valparaíso.
- Rincon Carlos, Sánchez X y Cardona Leila. (2019). “Clasificación teórica de los costos”. *Rev. esc.adm.neg no.87 Bogotá July/Dec*.
- Rojas, M., Correa, A., & Gutierrez, F. (2012). *Sistemas de Control de Gestion*. Bogota: Ediciones de la U.
- Salazar, E. (17 de Septiembre de 2020). Análisis del sistema de costos ABC y su influencia en la rentabilidad de la empresa ferretera y materiales de construcción - FEMACO S.R.L. Tesis para optar el título profesional de Contador Público. Repositorio Institucional Continental: <https://hdl.handle.net/20.500.12394/8094> Salazar, F., & Silva, S. (2018). Repositorio Universidad de Guayaquil. Repositorio Universidad de Guayaquil: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/37361>
- Oropeza González, Joaquín (2022). *Análisis de costos y su impacto en la Rentabilidad de la Empresa Evolución Dental SAC*. ID ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3738-519X>. Lima – Perú.
- Ortiz C, Enrique. (2001). *El Régimen Jurídico Tributario de las Amortizaciones en el Impuesto sobre Sociedades*. COLEX.

Zaballos, A. G. (2021, marzo 10). Inteligencia artificial como catalizador para la reactivación económica y el crecimiento productivo.

Vazza, Federico. (2020). *Clase 4: El sonido en la producción Audiovisual*. Disponible en: <https://perio.unlp.edu.ar/catedras/talleraudiocat1/2020/09/28/clase-4-el-sonido-en-la-produccion-audiovisual/>

Web grafía

<https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/b997a6df-a013-4ba5-a036-c91d3cdb5a5f/content>

<https://www.construyendomeritos.com/blog/con-base-a-que-criterios-se-establece-la-categoria-de-un-municipio-en-colombia#:~:text=Esta%20categorizaci%C3%B3n%20obedece%20a%20cuatro,importancia%20econ%C3%B3mica%20y%20situaci%C3%B3n%20geogr%C3%A1fica.>

<https://www.eafit.edu.co/escuelas/administracion/consultorio-contable/Documents/CT%20Historia%20de%20la%20Contabilidad%20de%20Costos.pdf>

https://cincodias.elpais.com/cincodias/2023/01/27/companias/1674813017_176693.html

http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S012314722012000200010&script=sci_arttextfile:///C:/Users/Personal/Desktop/9.%20Trabajo%20de%20Grado%20UNICOMFACAUCA.%200Costos%20y%20G%20XPARTA%20Entertainment.%20Esteban%20Navarro/Proyecto%20de%20Grado%20Final%20Aprobado_Propuesta%20Costos%20SYSTI.

<https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/77494/1061625494.2020.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-81602019000200193

<https://blogs.iadb.org/innovacion/es/inteligencia-artificial-como-catalizador-para-la-reactivacion-economica-y-el-crecimiento-productivo/>

<https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/77494/1061625494.2020.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

<https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/23593/1/T3703i.pdf>