

**COSTOS TDABC APLICADO A LA MÚSICA CON EL CASO ESTUDIO DE
LA BANDA “*MULATO BLUES BAND*”**

ELISABETH ORTEGA IDROBO

JUAN CAMILO MORCILLO MEDINA

**UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA ACADÉMICO DE CONTADURÍA PÚBLICA
SANTIAGO DE CALI
2015**

**COSTOS TDABC APLICADO A LA MÚSICA CON EL CASO ESTUDIO DE
LA BANDA “*MULATO BLUES BAND*”**

ELISABETH ORTEGA IDROBO

JUAN CAMILO MORCILLO MEDINA

**Trabajo de Grado en la Modalidad de Monografía, requisito para optar al
título de Contador Público**

DIRECTORA

PATRICIA GONZÁLES GONZÁLES

PhD. M. Sc

UNIVERSIDAD DEL VALLE

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA ACADÉMICO DE CONTADURÍA PÚBLICA
SANTIAGO DE CALI**

2015

CONTENIDO

	pág.
Lista de Tablas	5
Lista de Figuras	6
RESUMEN.....	8
INTRODUCCIÓN.....	9
1. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN.....	11
1.1 ANTECEDENTES.....	11
1.1.1 SALAZAR Alejandra, LASTRA Catherin, GÓMEZ Juan Carlos, Algunas Relaciones entre Contabilidad y Cultura, Contaduría Universidad de Antioquia, 215-258. 2008.....	11
1.1.2 ASUAGA Carolina, LECUEDER Manon y VIGO Silvia. Las Artes Escénicas y La Teoría General del Costo. XI congreso Internacional de Custos Universidad de la República Uruguay Noviembre de 2005.	12
1.1.3 “Cálculo De La Tarifa Del Músico De La USM en Colombia”	14
1.2 JUSTIFICACIÓN	15
2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	16
3. OBJETIVOS	17
3.1 OBJETIVOS	17
3.1.1 Objetivo General	17
3.1.2 Objetivos Específicos.....	17
4. MARCO DE REFERENCIA	18
4.1 MARCO CONCEPTUAL	18
4.2 MARCO TEÓRICO	22
4.2.1 Contabilidad de Costos	22
4.2.2 Costos Basados en el Tiempo Invertido por Actividad.....	22
4.2.3 Relación entre Contabilidad y Cultura.	23
4.2.4 Industria Musical.	24
4.2.5 Cadena de Valor en Industrias Musicales.	25
4.3. MARCO LEGAL	29
4.3.1 Ley 1493 del 26 de diciembre de 2011.....	29
4.3.2 Ley 23 de Enero 28 de 1982:	29
4.3.3 Código Penal Artículos del 270 al 272:.....	30
4.3.4 Organización Sayco y Acinpro	30
4.3.5 Dirección Nacional de Derechos de Autor:.....	31

5. METODOLOGÍA.....	32
5.1 INSTRUMENTOS	33
5.1.1 Instrumentos Primarios	34
5.1.2 Instrumentos secundarios	35
6. ANÁLISIS DESCRIPTIVO	36
6.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	37
6.1.1 Número de Integrantes por Banda	37
6.1.2 Horas dedicación al Mes.....	38
6.1.3 Tarifa por Presentación y Duración del show	38
6.1.4 Forma de Escoger la Tarifa.....	39
6.1.5 Costos Incurridos en la Presentación.....	40
6.1.6 Actividades del proceso de Presentación.....	40
6.1.7 Tiempo que puede tardar una Actividad.....	41
7. ANÁLISIS CASO ESTUDIO.....	42
7.1 DIAGNOSTICO CASO ESTUDIO.....	42
7.1.1 Biografía	42
7.1.2 Personal.....	45
7.1.3 Cadena de Valor Caso Estudio.	45
7.1.4 Servicios.	47
7.1.5 Distribución de Utilidades.....	48
8. APLICACIÓN DEL MODELO TDABC PARA EL CASO ESTUDIO MULATO BLUES BAND.....	50
8.1 ECUACIONES TEMPORALES.....	51
8.1.1 Levantamiento de Actividades.....	52
8.1.2 Consumo de Tiempos	53
8.1.3 Formula Ecuación Temporal por Actividad	54
8.2. COEFICIENTE DEL COSTO DE CAPACIDAD	64
8.2.1 Costo de la Capacidad Suministrada.	65
8.2.2 Capacidad Práctica.	66
8.3. ASIGNACIÓN DE COSTO A LOS TIEMPOS INVERTIDOS POR ACTIVIDAD.	68
8.3.1 Cuadro Resumen.....	70
9. ANÁLISIS DE RESULTADOS	71
10 CONCLUSIONES	73
11 RECOMENDACIONES.....	74
BIBLIOGRAFÍA.....	76

Lista de Tablas

Tabla 1 Funciones por músico.....	45
Tabla 2 Tipo de Servicios.	47
Tabla 3 Porcentaje de Participación	49
Tabla 4 Cotización Mulato Blues Band	49
Tabla 5 Levantamiento de Actividades.	52
Tabla 6 Tiempos de Negociar el contrato	55
Tabla 7 Tiempos de Ensayo	56
Tabla 8 Tiempos Show	56
Tabla 9 Inductor de Distancia	57
Tabla 10 Datos de Entrada Contratación	58
Tabla 11 Datos de Entrada Ensayo	59
Tabla 12 Datos de Entrada Show	60
Tabla 13 Tiempo Invertido en Negociación del Contrato.	61
Tabla 14 Tiempo Invertido En Ensayo.....	62
Tabla 15 Tiempo Invertido En Ejecución Del Show	63
Tabla 16 Costos de una Presentación Artística al Mes.....	65
Tabla 17 Capacidad Práctica.....	67
Tabla 18 Costo de Negociar el Contrato.....	68
Tabla 19 Costo de Ensayo.....	69
Tabla 20 Costo de Ejecución del Show	70
Tabla 21 Cuadro Resumen.....	70
Tabla 22 Capacidad No Usada	71

Lista de Figuras

Figura 1 Cadena de Valor de la Industria Musical	26
Figura 2 Población de músicos a encuestar	36
Figura 3 Respuestas Satisfactorias de las Encuestas	37
Figura 4 Número de Integrantes por Banda.....	38
Figura 5 Horas Dedicación al Mes	38
Figura 6 Tarifa por Presentación y Duración del Show.....	39
Figura 7 Valor Hora Músico	39
Figura 8 Asignación de Tarifa	40
Figura 9 Duración de cada Actividad	41
Figura 10 Cadena de Valor de Mulato Blues Band	46
Figura 11 Flujograma de Composición Musical	48
Figura 12 Flujograma de presentación Musical	48
Figura 13 Pasos para Aplicar Costos TDABC.....	50

Lista de Anexos

Anexo A Tabulación de las Encuestas.....	78
Anexo B Flujograma de los procesos de negociar el contrato.	79
Anexo C Flujograma de Los Procesos de Ensayo.....	82
Anexo D Flujograma de los procesos de ejecución del show.	83
Anexo E Acta Mulato Blues Band	85

RESUMEN

En el presente Trabajo de Grado se realiza un diseño de un modelo de costos usando el método Time Driven Activity Based Costing (TDABC), compatible con los procesos de creación y producción musical de una puesta en escena o presentación en vivo de una banda musical de la ciudad de Cali, caso de estudio Mulato Blues Band.

En el proceso general de realizar una presentación en vivo, se han catalogado 3 actividades principales (contratación, preparación de puesta en escena y ejecución del show) las cuales se dividen y subdividen en subactividades. A cada una de estas subactividades se le ha calculado un tiempo por medio del cual se les asigna el valor del costo. Este trabajo pretende brindar a la industria musical de la ciudad de Cali, las herramientas necesarias para estructurar un sistema de costo para sus actividades de puesta en escena musical, con el fin de servir en la adecuada toma de decisiones y como uno de los factores relevantes a la hora de fijación de las tarifas o la negociación de contratos.

En primera instancia, para recopilar la información necesaria para la realización de un modelo de costos TDABC, se realiza un análisis descriptivo del medio, luego un análisis detallado al caso estudio. Después de haber obtenido la información requerida, se levantan las actividades del objeto de costo que es la simulación de una presentación en vivo y que es algo que permite realizar el modelo de costo TDABC. Una vez se tienen las actividades y subactividades detalladas, se evalúan y se calculan los tiempos reales los cuales permiten la construcción de las ecuaciones temporales.

Siguiente a esto, se calcula el coeficiente de costo de capacidad que incluye los costos totales de la banda por presentación y el total de tiempo que tienen disponible los integrantes de la banda para la realización de la puesta en escena musical. El coeficiente expresa cuánto cuesta 1 minuto de la banda Mulato Blues Band.

El modelo de costos TDABC permite a través de la multiplicación de los tiempos calculados en las ecuaciones temporales, por el coeficiente de costo de capacidad, asignar los recursos directamente al objeto de costo; esto quiere decir que se obtienen los costos totales por tiempo invertido en cada actividad.

Al haber calculado los costos con los tiempos reales invertidos por actividad, se depura una capacidad no usada o un tiempo improductivo el cual tiene reflejado un costo que puede ser significativo para el correcto funcionamiento de la banda musical.

INTRODUCCIÓN

En el presente proyecto se pretende esbozar un diseño de valoración de los procesos de creación y producción musical que se generan en la Cadena de Valor de la industria musical. Dicho diseño se tratará de moldear teniendo en cuenta el caso de estudio de la banda caleña Mulato Blues band. De tal forma que se revisen en sus procesos internos las actividades que se generan desde la composición artística hasta la elaboración de la puesta en escena o la difusión y promoción musical. Lo anterior considerando en tomar las expresiones y prácticas culturales abarcadas en el proceso de creación musical como activos intangibles.

Así pues, se estudiarán los principales referentes teóricos para evaluar cuáles han sido los conceptos que enmarcan la valoración en la industria musical de la ciudad de Cali, de igual manera se describirán los antecedentes de la banda y las principales decisiones que han marcado su rumbo, incluyendo las experiencias de vida de sus integrantes, para de esta forma poder realizar un comparativo del proceso de valoración interno de la banda con los métodos de valoración actualmente vigentes en el mercado.

De este modo, se pretende llegar a comprender y proponer un diseño de valoración que permita a la banda tener información ajustada a la realidad y que integre todos los aspectos relacionados con el desarrollo de sus actividades, mejorando así la toma de decisiones interna y la precisión en la elección de un precio de venta de su música, es importante decir que este estudio no pretende alcanzar el nivel de rigurosidad de una investigación que determine la realidad de la valoración de los procesos en la industria musical, simplemente se tratará de hacer una aproximación con los conocimientos adquiridos en un pregrado.

Entonces se abordará el trabajo de la siguiente manera:

Capítulo Uno: se exponen antecedentes de trabajos realizados que tengan relación con el tema, permitiendo la contextualización de la problemática a abordar.

Capítulo Dos: se realiza la formulación del problema a tratar dejando evidencia la problemática del caso estudio y el contexto que este tiene.

Capítulo Tres: fijarse los objetivos a desarrollar, abarcando un objetivo general y los objetivos específicos a cumplir en el desarrollo del trabajo.

Capitulo Cuatro: están el marco de referencia donde se aclaran los términos con los que se va a trabajar, el marco teórico donde se encuentra la fundamentación del sistema de costo a usar y por último se hace referencia al marco legal donde recopilan las principales normas de la regulación colombiana para en las que se enmarca la industria musical.

Capitulo Quinto: se encuentra la metodología donde se explica la forma en la que se realizó y los instrumentos que se utilizaron.

Capitulo Sexto: se encuentra el análisis descriptivo de las encuestas realizadas para obtener información sobre la asignación de tarifa para las presentaciones musicales y datos sobre los procesos de cada agrupación.

Capitulo Séptimo: se realiza el análisis del caso estudio, evaluando todo el contexto y las problemáticas por las cuales pasa en el momento.

Capitulo Octavo: se realiza la aplicación del modelo TDABC en la banda Mulato blues Band se realiza el cálculo de tiempos y el costo de las actividades.

Capitulo Nueve: se realiza el análisis de los resultados de la aplicación del modelo y los resultados.

Se culmina con las conclusiones y recomendaciones haciendo énfasis en las necesidades para que se mejoren los procesos internos continuamente.

1. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

Entrar a relacionar Contabilidad y Cultura, dos temas tan extensos dentro de los cuales cada uno abarca a los costos y a la música respectivamente (temáticas objeto en esta investigación), lleva consigo una revisión detallada de los pocos avances teóricos realizados sobre estos mismos.

1.1. ANTECEDENTES

Como antecedentes hemos referenciado los siguientes elaborados:

- 1.1.1.** SALAZAR Alejandra, LASTRA Catherin, GÓMEZ Juan Carlos, Algunas Relaciones entre Contabilidad y Cultura, Contaduría Universidad de Antioquia, 215-258. 2008.

Resalta la importancia de reflexionar respecto al reconocimiento de la cultura como un factor que influencia a la contabilidad, y que puede constituirse en uno de sus campos de estudio. Al establecer algunas relaciones entre Contabilidad y Cultura, se evidencia el desarrollo actual de la llamada “Contabilidad Cultural”, se ahondan los dos conceptos y se preocupan por definir cuáles son las relaciones que pueden surgir de estos dos grandes temas. También, las autoras expresan que se ha introducido el concepto de contabilidad cultural y de elementos como el capital intelectual, capital ambiental y patrimonio cultural desde una “enfoque patrimonialista, financiera y de mercado”, al hacer cada uno de estos elementos un bien medible y transable. Llamam a este enfoque financiero “reduccionista” y expresan la necesidad de encontrar la relación entre contabilidad y cultura antes de definir la “Contabilidad Cultural”.

El objeto de esta investigación no es precisamente hacer una crítica conceptual, pero es importante entender de dónde provienen los conceptos a utilizar para aportar y construir una estructura que logre abarcar en su mayor parte los procesos que lleva a cabo una banda musical de la ciudad de Cali. Por lo dicho, las definiciones de contabilidad y cultura las cuales las cuales tienen relación y con las cuales las autoras han elaborado las conclusiones.

Con relación a Cultura es el reconocimiento de las actividades emprendidas por las personas y los productos de dichas actividades, que tienen que ver con los aspectos intelectuales, morales y artísticos de la vida humana. Se caracterizan porque implican alguna forma de creatividad en su producción, hacen referencia a la generación y comunicación de significado simbólico y su producto representa, al menos en potencia, una forma de capital intelectual,

siendo entonces la expansión de la producción capitalista de mercancías, que ha dado lugar a una vasta acumulación de Cultura material en la forma de bienes de consumo y de lugares de compra y de consumo.

Además puede entenderse como la “satisfacción de los placeres emocionales del consumo, los sueños y deseos celebrados en la imaginaria de la Cultura consumista y en determinados lugares de consumo, que suscitan de distintas maneras una excitación corporal directa y placeres estéticos.”¹

En cuanto a contabilidad se entiende como el registro, elaboración, clasificación, evaluación, interpretación y fuente de información económico-financiera a efectos de la presentación de estados y de la redacción de decisiones.

Los autores mencionan como una de sus conclusiones, que la Contabilidad en su dimensión financiera, puede establecer representaciones de la Cultura en su dimensión económica en cuanto se tiene una mercancía la cual se puede valorar, costear y consumir.

Este es un vínculo en el cual “es esencial la valoración que se pueda realizar de los bienes culturales en Contabilidad y los estudios existentes buscan reconocer el precio que tiene la Cultura y su valor transaccional para determinar el acceso. Desde este vínculo la cultura asume las características de un tipo de intangible pero sometido a la lógica del mercado de bienes y servicios.”²

Es a este punto hacia el cual está dirigida esta investigación, hacia cómo determinar el precio y el valor transaccional para acceder a ese intangible (la música) que hoy se somete a las lógicas de mercado de bienes y servicios.

1.1.2. ASUAGA Carolina, LECUEDER Manon y VIGO Silvia. Las Artes Escénicas y La Teoría General del Costo. XI congreso Internacional de Costos Universidad de la República – Uruguay Noviembre de 2005.

Conforme las sociedades evolucionan, una mayor proporción de la renta de los individuos se vuelca al consumo de productos culturales, lo que ha propiciado

¹ OCAMPO Carmen, LASTRA Catherin y GÓMEZ Juan. “Algunas Relaciones entre Contabilidad y Cultura: Universidad de Antioquia. 2008 p.38

² OCAMPO Carmen, LASTRA Catherin y GÓMEZ Juan. “Algunas Relaciones entre Contabilidad y Cultura: Universidad de Antioquia. 2008. p 251.

un claro crecimiento y una notoria diversificación de la oferta disponible de este tipo de productos.

En este texto las autoras empiezan por dar una justificación del por qué los productos culturales son un factor cada vez más considerable en la economía mundial, y presentan a la Economía de la Cultura o del Arte como nueva rama de la economía aplicada resultante de esta tendencia creciente del sector cultural en el mundo.

También se menciona que las relaciones y procesos culturales pueden ser considerados desde un entorno económico e interpretados económicamente, por lo que las interacciones culturales – valores, creencias, costumbres – podrían considerarse como transacciones o intercambios de bienes simbólicos o materiales dentro de una estructura económica.

Un punto que tocan los autores, es que determinan el costo total de una función como la suma de los costos de la puesta en marcha de una obra o producción, con los costos necesarios para realizar una función por el número de funciones y los costos variables por la cantidad de espectadores.

Para los costos de puesta en marcha de una obra o Costos fijos (sala, derechos de autor, escenografía, equipos de iluminación, ensayos, etc.), revela que en general, estos son factores cuyo costo es independiente del número de funciones que se proyecte ofrecer dentro de un rango relevante seleccionado para el análisis y condicionado por variables tales como la demanda esperada, disponibilidad de tiempo de actores principales, etc.

Cabe mencionar que los autores hablan de la definición de costo variable como “aquellos que modifican su cuantía total conforme a los cambios que se producen en el volumen producido o comercializado según “leyes” propias de la naturaleza de cada uno de ellos”. Luego presenta las diferencias entre costo fijo y costo variable, mencionando que la diferencia conceptual radica en la “causa de su incurrencia”, es decir; que los costos variables son la consecuencia de un comportamiento cambiante de un nivel de actividad.

Para los autores, este nivel de actividad puede ser un nivel de ventas o un nivel de producción o un volumen de producción, para lo cual aclaran que en el caso de los costos variables de las artes escénicas no puede tomarse un nivel de actividad referente a las ventas, puesto que sería nulo, y ejemplifican con el costo de la boletería y sus impuestos. Entonces, si es nulo tomar el nivel de ventas para determinar el costo variable, se debe tomar el nivel de producción como criterio causante de la asignación de los costos variables, mencionan los autores, resaltando que estos serían los “costos por realizar una nueva

función”, mientras que los costos fijos serían “ensayos, escenografías, alquiler de teatro, etc.”

Los autores diferencian de igual modo que si los costos se expresan en volumen de producción, es decir en número de funciones, los ingresos se expresan si en nivel de ventas o número de espectadores, y presentan las siguientes fórmulas:

$$\text{Ingresos (x)} = p * x$$

$$\text{Costos Totales (n)} = A + B * n + cv * x$$

Donde x es el número de espectadores, “n” es el número de funciones, “A” los costos de puesta en marcha de la obra, “B” los costos variables por función y “cv” los costos variables por nivel de ventas (número de espectadores) el cual como se mencionó anteriormente es insignificante o nulo, según los autores. A partir de esta fórmula los autores igualan las dos ecuaciones obteniendo varios puntos de equilibrio, la fórmula resultante es la siguiente:

$$x = [B / (p-cv)] * n + A / (p-cv)$$

1.1.1. “Cálculo De La Tarifa Del Músico De La USM en Colombia” realizado por la Unión del Sector de la Música.

Agremiación Unión del Sector de la Música en Colombia donde se unen los músicos, empresas del sector y las personas relacionadas con el proceso musical, “Nace como una Comisión de la Corporación Revista Música, cuenta con 5 años de experiencia, y a partir de 2013 ha venido trabajando en conexión con 10 regiones del país en diversos proyectos y procesos (Norte de Aburrá, Cali, Bucaramanga, Santa Marta, Cartagena, San Andrés, Chocó, Barranquilla, Pereira y Bogotá); siendo así una asociación independiente que trabaja por las necesidades e intereses de sus miembros, tales como el Músico, Luthier, Rodie, Ingeniero, Productor, estudiante, diseñador, realizador, gestor y/o melómano; además de disfrutar de descuentos en servicios útiles para el sector, los miembros participan activamente de una agenda de formación continua y actualización; y contribuyen a la organización y fortalecimiento del gremio de la música.”³

Es un esquema dinámico donde se establecen parámetros para que cada músico introduzca la información requerida y como resultado sepa cuál es su tarifa neta a cobrar. Este modelo de cálculo de tarifas para músicos integra

³ [Citado en 10 de Septiembre de 2014] Disponible en http://usmcolombia.org/?page_id=9

componentes como trayectoria internacional y participación en el mercado. Cada ítem resultante de estos componentes, tiene un peso o incremento porcentual sobre la tarifa base que es la mano de obra mensual estimada.

1.2. JUSTIFICACIÓN

La contabilidad vela por la comunicación transparente de la información a los respectivos usuarios, por ende mostrar la realidad de forma adecuada procurando ser lo más objetiva posible, es de vital importancia para la toma de decisiones y el desarrollo continuo de las organizaciones. Este proceso no es muy flexible y no ha permitido que se incursionen nuevos componentes de valoración en la práctica contable como lo son las expresiones culturales, de tal manera que no se logra mostrar una realidad acorde al reconocimiento de los valores socialmente creados.

El interés particular por el cual hemos decidido desarrollar el tema de costo evaluando los procesos de una banda música, esto nos ha impulsado al no evidenciar la forma clara de cómo se integra el componente intangible de las prácticas culturales en la Cadena de Valor respectiva del sector musical a partir del método de costo. Por lo tanto, ya que a la contabilidad le conciernen temas de medición y valoración, por lo tanto vemos pertinente desarrollar un trabajo que proporcione información real sobre valoración que se le ha dado a la expresión musical desde la misma cultura colombiana y caleña.

A su vez se genera valor agregado que con la creación de nuevas propuestas culturales que enriquecen la cotidianidad en cada región, pero que no siempre se valora de la mejor manera pues no hay un modelo adecuado que recojan estas formas de expresión, ya que son un tipo de realidad. Así se pretende abordar el tema de tal forma que nos permita analizar y comprender cómo se están llevando estos procesos, y a su vez enriquecer el campo de conocimiento con nuevas investigaciones.

2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Dentro del curso normal de sus operaciones, Mulato Blues Band lleva a cabo distintas erogaciones consecuentes de ejecutar procesos definidos en la Cadena de Valor de la industria musical (como composición, producción musical, difusión y promoción, y puesta en escena), para lo que ejecutan un presupuesto y registran una “contabilidad del tendero”⁴, que genera algún orden y control de la situación financiera de la organización. Sin embargo, dicha contabilidad, registra los valores según los precios de mercado y las facturas de compra y venta, para lo cual se hace omisión de cada uno de los intangibles que aparecen en los procesos integrales de dicha cadena del valor. Lo anterior repercute en la valoración de las erogaciones o inversiones que se hacen en esta cadena del valor y a su vez, la forma en que establecen el precio de venta de su música y sus presentaciones.

Con lo anterior y siguiendo la lógica de que la contabilidad debe revelar la realidad objetivamente, es necesario que se diseñe un modelo de valoración que reúna los componentes para el desarrollo y funcionamiento de una banda, integrando las actividades de manera adecuada para obtener un resultado que muestre la realidad de los procesos.

Por ende la pregunta de investigación se formuló de la siguiente manera: ¿Cómo se puede diseñar un modelo para costear los procesos de creación y producción musical en la ciudad de Cali, partiendo del análisis al caso estudio Mulato Blues Band?

⁴ SUNDER Shyam. Teoría de la Contabilidad y el Control: Universidad de Yale.1997.

3. OBJETIVOS

3.1. OBJETIVOS

3.1.1. Objetivo General

Esbozar un diseño de un modelo para costear los procesos de creación y producción musical emergentes en la banda *Mulato Blues Band*.

3.1.2. Objetivos Específicos

- Sistematizar los principales referentes teóricos y conceptuales que actualmente se han elaborado para costear los procesos propios de la industria musical.
- Conceptualizar el modelo de costo utilizado por *Mulato Blues Band*.
- Plantear la implementación de los costos TDABC para la banda *Mulato Blues Band*
- Comparar el modelo de costo en la industria musical propuesto por la USM y los resultados obtenidos con el método TDABC en el caso estudio de la banda *Mulato Blues Band*.
- Describir la regulación principal emergente de la industria musical.

4. MARCO DE REFERENCIA

4.1. MARCO CONCEPTUAL

En este marco se pretende hacer una revisión bibliográfica para conceptos que se van a utilizar durante la realización del presente trabajo.

ACTIVO INTANGIBLE: De acuerdo con la NIC 38 un activo es intangible cuando cumpla tres características; que sea identificable, de carácter no monetario y que no posea apariencia física. En cuanto al reconocimiento, la norma internacional menciona que un activo intangible se reconoce cuando cumpla con la definición de activo intangible y con el criterio de reconocimiento que será aplicado a los costos iniciales y posteriores necesarios para adquirir, generar, sustituir o realizar mantenimiento a un activo intangible.

De igual manera, solo se reconocerá como intangible cuando el activo demuestre probabilidad de que los beneficios económicos futuros que se le hayan atribuido fluyan a la entidad, y cuando el costo del activo pueda ser medido de forma fiable. Para medición, la NIC 38 menciona que el costo de un activo intangible adquirido de forma independiente comprende “el precio de adquisición, aranceles de importación y los impuestos no recuperables que recaigan sobre la adquisición, después de deducir los descuentos comerciales y las rebajas; y cualquier costo directamente atribuible a la preparación del activo para su uso previsto”. También es importante mencionar que la norma internacional no contempla como activo la plusvalía generada internamente, estos desembolsos que surgen de la investigación de proyectos internos se reconocen como gastos del período en que se incurran.

Por otro lado, según la norma nacional (Decreto 2649 de 1.993), los activos intangibles son aquellos recursos obtenidos por un ente económico que, careciendo de naturaleza material, implican un derecho o privilegio a terceros, distinto de los derivados de los otros activos, de cuyo ejercicio o explotación pueden obtenerse beneficios económicos en varios períodos determinables, tales como patentes, marcas, derechos de autor, crédito mercantil, franquicias, así como los derechos derivados de bienes entregados en fiducia mercantil.

COSTOS⁵: Representan erogaciones y cargos relacionados directamente con la adquisición o producción de los bienes o la prestación de los servicios de los cuales un ente económico obtuvo sus ingresos.

COSTO HISTÓRICO⁶: son los hechos económicos que sucedan en el ente y se reconocen por su valor histórico aplicando la prudencia, y se actualiza constantemente por las fluctuaciones del mercado, reasignando el valor presente.

CONTABILIDAD ⁷: es el registro, elaboración, clasificación, evaluación, interpretación y fuente de información económico-financiera a efectos de la presentación de estados y de la toma de decisiones.

CADENA DEL VALOR⁸: se establece como una serie de actividades que se interrelacionan dentro de una organización, acumulando los costos generando el valor agregado que es lo que diferencia a la compañía, entonces integra: actividades primarias, actividades de apoyo y complementarias, mostrando la ventaja competitiva.

CULTURA⁹: es el reconocimiento de las actividades emprendidas por las personas y los productos de dichas actividades, que tienen que ver con los aspectos intelectuales, morales y artísticos de la vida humana. Se caracterizan porque implican alguna forma de creatividad en su producción, hacen referencia a la generación y comunicación de significado simbólico y su producto representa, al menos en potencia, una forma de capital intelectual.

GASTO: La erogación no recuperable en el proceso de producción de bienes y servicios, este disminuye la utilidad del ente económicos pues no se recupera como el costo de fabricación; es por esto que existen criterios para definir la naturaleza de una erogación mostrando siempre la realidad del ente y sosteniendo el principio de prudencia.

INDUCTOR: A la hora de realizar el costo de una actividad o un proceso determinado se necesita asignar recurso de forma que reflejen el verdadero costo de dicha actividad es por eso que inductores asignan estos costos o gastos comunes de manera distinta, por ejemplo: inductores de tiempo, riesgo,

⁵ Artículo 39 del decreto 2649 de 1993

⁶ Decreto 2649 de 1993

⁷ Enthoven, A. Evolución de la Contabilidad y sus fines (Perspectiva Financiera). 1969. p. 3.

⁸ PORTER Michael. Ventaja Competitiva. 1985.

⁹ Espinal, N. E. Economía de la Cultura. (Perspectiva Estética y Artística) 2006. p. 76.

impacto, utilidad; evitando cargar con costos que no le atribuyen a dicha actividad.

MEDICIÓN¹⁰: Está relacionada con medidas no financieras que reflejen la realidad de una manera objetiva mostrando información útil tanto externa como internamente, estos procesos de medición permiten proporcionar nuevas alternativas para asignar recursos por medio de variables o criterios; como por ejemplo:

- *Índice de Auditoría:* este método propone una forma práctica para evaluar el componente intelectual de forma que se tengan en cuenta indicadores para este proceso.
- *Balanced Scorecard¹¹:* o también conocido como el Cuadro de Mando integral, el cual usa medidas financieras como no financieras para evaluar el cumplimiento de las estrategias alcanzadas por los empleados dando una visión global, y el cumplimiento de la misión de la compañía.

MÉTODOS DE COSTO¹²: Estos métodos son comúnmente usados en la contabilidad de gestión para evaluar el desempeño de las actividades y la fabricación de los productos o servicios; los métodos de costo a referenciar son:

- *Costo Tradicional o Absorbente:* este sistema acumula los costos de producción, es decir los fijos y los variables y por ende se relacionan con el valor del producto ya que son necesarios en el proceso de elaboración; se puede usar en cualquier compañía, sin dejar de lado que para ese sistema son de vital importancia los costos fijos del proceso productivo y es por esto que su principal desventaja es la forma de establecer la porción de los costos fijos y variables.
- *Costo Variable o Directo:* este sistema tiene en cuenta los costos variables pues evalúa el comportamiento de los costos en el proceso productivos y así se pueda obtener información más precisa y pertinente

¹⁰ GONZALEZ Patricia. Valoración del activo Intangible en Empresas MIPYMES de Software: Universidad del Valle, Santiago de Cali. 2013.

¹¹ KAPLAN Robert y NORTON David. *The Balanced ScoreCard: Translating Strategy into Action*, Harvard Business School Press, Boston, 1992 1992.

¹² RODRÍGUEZ VALENCIA Gustavo. Diferentes Métodos de Costo frente al TA: Universidad Javeriana.2012

para tomar decisiones, permitiendo por ende la diversificación de los productos.

VALORACIÓN¹³: Este término hace referencia la acción de otorgar un precio, relacionándolo con el grado de utilidad que tenga a lo que se le de valor, es por esto que cada definición estará cargada con aspectos negativos y positivos dependiendo de la persona que se los atribuya, es así como este término se asocia fácilmente con el dinero pues permite la vinculación del concepto utilidad dependiendo de cuanto signifique para cada persona, estos criterios de valoración varían dependiendo el contexto. Existen varios métodos de valoración:

- *Método de Costo:* compara el valor de un bien dependiendo cuánto costó su construcción, todas las erogaciones generadas por dicha actividad, las cuales pueden ser comparables.
- *Método de Mercado:* es el valor a comparar en el mercado, relacionar el precio con el intercambio de bienes por otro.
- *Método del Ingreso:* se entiende como el valor que puede llegar a tener un bien con la transformación realizada en el proceso productivo y el valor que pueda ofrecer el mercado.

¹³ GONZALEZ Patricia. Valoración del activo Intangible en Empresas MIPYMES de Software: Universidad del Valle, Santiago de Cali. 2013.

4.2. MARCO TEÓRICO

Se pretende abordar la revisión bibliográfica de este marco teórico desde dos enfoques, el primero, desde la Contabilidad de Costos y su metodología, y la segunda orientada a la relación entre contabilidad y cultura enfocándose en el área de la música.

4.2.1. Contabilidad de Costos. ¹⁴ A diferencia de la Contabilidad Administrativa o financiera, la Contabilidad de Costos brinda información para medir, registrar, procesar y suministrar información para el análisis y la evaluación de costos; la cual es necesaria a la hora de la toma de decisiones.

4.2.2. Costos Basados en el Tiempo Invertido por Actividad. Time Driven Activity Based Costing (TDABC) Para iniciar con este tema, es indispensable hablar de la evolución del costo durante los últimos años; si bien es cierto permiten que se tenga control sobre las operaciones necesarias en el proceso productivo de una compañía, no solo informan cuánto cuesta el producto terminado sino que además permite obtener información necesaria para la toma de decisiones y el rumbo que desea tomar, es decir que mantiene información real sobre la vida útil del producto¹⁵, la relación de la Cadena de Valor con proveedores, clientes, el impacto ambiental y su acogida en el mercado, todos esto para optimizar consecutivamente los procesos.

Es por esto que construyen nuevas alternativas para costear que permitan visualizar de forma más completa y precisa los valores reales en la compañía; puesto que la globalización y la diversificación de los productos para cumplir con la demanda creciente del mercado, han generado costos indirectos que aumentan el valor del producto pero que tradicionalmente como no eran tan significativos en el valor final, no se tenía una cuantificación minuciosa o más bien precisa; además al no asociarse directamente con el producto se hace necesario la implementación de inductores que permitan asociar dichos valores, por ejemplo las horas trabajadas, frecuencia, intensidad, capacidad, entre otros.

Así se desarrollan los costos ABC, “este sistema intentaba medir el costo del producto y la rentabilidad de los clientes mensualmente” (KAPLAN,

¹⁴ CUERVO, Joaquín. OSORIO, Jair. Costos basados en actividades ABC. Reimpresión editorial kimpres Ltda. Bogotá Colombia. 2008.

¹⁵ Refiriéndose a los productos y servicios ofrecidos por la compañía, es decir el desarrollo de su objeto social con las actividades del proceso.

ANDERSON, 2008), enfocándose en las actividades realizadas en el proceso productivo las cuales capturan los recursos¹⁶ para que así se puedan identificar los costos indirectos de una manera más eficiente; el inconveniente con este sistema es que para que sea eficaz debe tener la información actualizada y para esto se necesita de mucho personal trabajando en pro de este proceso, haciendo que aumenten el tiempo empleado en recoger y analizar la información obtenida y que este proceso sea costoso. Sin dejar de lado que las asignaciones de costos son subjetivas en cuanto a deducir que inductor es el más apropiado.

Según lo anterior, los costos ABC son los precursores del TDABC, el cual “asignan los costos de los recursos directamente a los objetos; utilizando un marco de trabajo cuidadoso que precisa solo dos grupos de cálculo”¹⁷

Entonces, se basa en calcular el costo de capacidad en recursos, reconociendo el costo del personal, equipos, tecnología, entre otros para obtener el índice del costo por capacidad, con el cual se asignan los costos de los recursos usado para cada actividad, junto con la demanda, esto con el tiempo como el principal inductor.

Por consiguiente los costos por personal disminuyen, así como el tiempo de recolección de datos y presentación de informes, el procesamiento de datos es más sencillo y la subjetividad a la que estaba el costo ABC se ve reducido ya que este nuevo procedimiento usa el tiempo y la capacidad como principal elección.

4.2.3. Relación entre Contabilidad y Cultura. La relación entre Contabilidad y Cultura inicia en el ámbito económico pues es ahí donde “las decisiones económicas de los agentes que intervienen en los mercados pueden estar condicionadas por la cultura”¹⁸, si bien es cierto la cultura hace parte del desarrollo social y e influencia la conducta de los individuo en sociedad y es por esto que cada lugar tiene un procedimiento para el desarrollo mercantil, por ejemplo la publicidad va de la mano con las ideologías, costumbres y creencias que se tengan en una población por ende es la cultura la que permea la industria pues afecta no solo la vida de las personas sino también su conducta;

¹⁶ Entiéndase como los insumos y materiales necesarios para el desarrollo de dicha actividad.

¹⁷ KAPLAN Robert, ANDERSON Steven. Costos Basados en el tiempo invertido por Actividad. Editorial Edi de SL.2008

¹⁸ Impacto Económico de las Industrias Culturales en Colombia. Convenio Andrés Bello. Equipo: Economía y Cultura. Edición del convenio Andrés Bello. 2003

además muchas expresiones como la música, la danza, artesanías entre otras, se convierten en focos de producción que generan rentabilidad y “no sólo contribuyen al desarrollo desde los ámbitos sociales y culturales que les son propios, sino también desde su participación en lo económico”¹⁹.

Por lo anterior, la representación de poblaciones ricas en diversidad cultural dan cabida a la producción de bienes y servicios, y este es uno punto de debate pues las expresiones culturales se ven influenciadas por el consumismo y los medios de producción en masa que le quitan la importancia cultural que en realidad poseen, en este punto las empresas encargadas “actividades culturales que producen mercados”²⁰ están organizadas como cualquier otras empresa de servicios o producción de bienes por lo tanto incurren en costos y gastos y claro tiene un sistema contable para representar los hechos económicos que suceden en el interior de las organizaciones, representando de la mejor manera la realidad.

4.2.4. Industria Musical. Para hablar de industria musical se inicia por definir industria, la cual según el diccionario de la Real Academia Española es el conjunto de operaciones materiales ejecutadas para la obtención, transformación o transporte de uno o varios productos; estas se dividen en los sectores de una economía por ejemplo industria agrícola, de turismo entre otras, entonces como industria cultural se puede definir “como aquellas que reproducen a escala industrial bienes y servicios, utilizando como materia prima creaciones protegidas por derechos de autor obteniendo culturales fijados sobre soportes tangibles o electrónicos. En cada uno de los subsectores que constituyen estas industrias culturales existen desde pequeñas empresas hasta grandes conglomerados”²¹

El consumo cultural es “un conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos” y es aquel lugar que sirve para pensar, donde se organiza gran parte de la racionalidad económica, sociopolítica y psicológica en las sociedades.²² Los límites entre el papel del sector cultural en el desarrollo de procesos sociales, por una parte, y como generador de producto económico, por otra, cambian vertiginosamente con el tiempo, y se vuelven a redibujar con cada avance tecnológico y comunicacional.

¹⁹ ibídem

²⁰ ibídem

²¹ ibídem

²² ibídem

Por lo anterior, la música vista como expresión cultural hace parte de la industria musical pues hoy en día, puede conceptualizarse como el medio de expresión verbal y corporal que permite interacción con su entorno, los grupos sociales se identifican con las emociones expresadas por medio de los distintos géneros musicales, es entonces cuando la identidad de cada persona es acorde con el tipo de música que escucha llega a encontrar afinidad con la letra y a lo que hace referencia creando una predilección por cierto tipo de género. Esto junto con la globalización ha hecho que se extiendan los géneros musicales y llegando a todas partes y que se generen nuevos tipo de propuestas con sonidos innovadores que confluyen desde todas partes del mundo, en consecuencia el mercado ha organizado el espacio para que quienes realicen este tipos de propuesta tengan la posibilidad de expandirse y ser reconocidos, tanto las letras de lo que componen como las melodías que construyen.

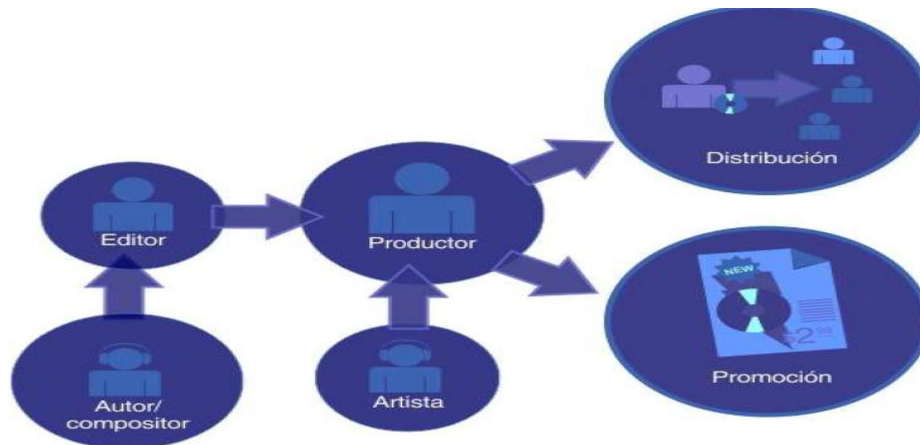
En este sentido la industria musical se ve erguida por cantautores, intérpretes, compositores, bandas musicales que buscan mostrar lo que hacen, aunque todo tiene su costo y este tipo de mercado se rigen por un sin número de actividades relacionadas que forman la Cadena de Valor y es ahí donde se da valor a cada uno de los procesos inmersos en esta actividad. Se necesita entonces una forma común que permia integrar cada una de estas partes para obtener información real del costo que tiene una propuesta musical.

4.2.5. Cadena de Valor en Industrias Musicales. Según la Dirección Nacional de Derechos de Autor (DNDA) “Una Cadena de Valor muestra todos aquellos agentes que intervienen en la realización de un producto y los contratos que se celebran entre ellos para regular sus relaciones.

En lo que se refiere a la industria musical la Cadena de Valor muestra el aporte de cada uno al valor total de la obra; es más, la Cadena de Valor de esta industria comprende varias subcadenas.” Siguiendo la anterior definición, se va a definir cada agente que interviene en la realización de este producto que es la música, con su respectivo rol dentro de la Cadena de Valor y se enumerará los contratos que de ahí se produzcan. Pero primero es importante tener claro cuál es la cadena del valor y cuáles son las relaciones que se generan.

Según la DNDA, la Cadena de Valor de la industria musical es la siguiente:

Figura 1: Cadena de Valor de la Industria Musical



Dirección Nacional de Derechos de Autor. Unidad IV. Las Cadenas de Valor en la Industria Musical. Página 4. Rediseño por Raul León. *Cartilla El derecho de autor y los derechos conexos en la industria de la música de la Dirección Nacional de Derecho de Autor, página. 19.*

Se tomara como referencia y base de trabajo esta Cadena de Valor presentada por la DNDA, ya que las demás que se encontraron son mínimas variaciones en los nombres de los agentes o adición del agente “consumidor” y además las elaboraciones del DNDA se encuentran acorde a la legislación Colombiana en cuanto a este tema.

Se puede observar que hay cinco relaciones entre agentes, es decir; cinco contratos, pero esto es solo de manera general, como menciona el DNDA pueden surgir subcadenas de las cuales surgen más relaciones y más contratos. Siendo así se procede a enunciarlos de manera concisa.

La **primera** relación es Autor – Editor, siendo el autor quien crea la obra musical y el editor quien se encarga de la mayor explotación de la obra. El contrato que surge en esta relación se denomina “contrato de edición musical” y en teoría, el autor se reserva los derechos patrimoniales, aunque en realidad se ceden los derechos a voluntad de las partes. De esta relación, el autor recibe en remuneración un porcentaje (acordado por las partes) sobre el total de la explotación que alcance a hacer el editor, a esto se le denomina Regalía.

Tanto para este contrato, como para los que se mencionarán adelante, la ley Colombiana establece que se debe llevar un sistema de registro que permita a

quien recibe las regalías de los derechos verificar que sean liquidadas acorde con la realidad.

La **segunda** relación que surge en esta Cadena de Valor, es la de Editor – Productor Fonográfico. El productor fonográfico es quien se encarga de llevar la obra musical a un “fonograma” (*m. Tecnol. Registro del sonido en soportes especiales que permiten su reproducción. RAE*). De igual forma, es obligación del Editor Musical con el Autor, llevar la obra a un fonograma. El contrato que surge de esta relación se denomina “Contrato de inclusión en fonograma” y autoriza al productor fonográfico a grabar una obra musical sobre un disco, fijarlo en una banda, una película, un rollo de papel, o cualquier mecanismo, con fines de reproducir y vender la obra musical. Cabe aclarar que este contrato no incluye la comunicación pública de la obra, debe obtenerla por medio del autor o editor de la obra o por las Sociedades de Gestión Colectiva de Derechos de Autor.

En este contrato también existen las Regalías, y son de igual forma un porcentaje sobre la cantidad de copias vendidas. En Colombia este porcentaje oscila entre el 7 y 8 por ciento generalmente, debido a una estandarización que surgió de algunos productores afiliados a la Asociación para la Protección de los Derechos Intelectuales sobre Fonogramas y Video gramas (APDIF).

La **tercera** relación es la de Productor – Artista intérprete. El contrato que surge en esta relación se denomina “Contrato de intérprete o ejecutante”. En este contrato se pacta el pago (puede ser un contrato de prestación de servicios) o proporción sobre las regalías que se generen por la interpretación que haga el artista de la obra musical. El artista puede dar exclusividad al productor y se autoriza el uso de su nombre e imagen. Cabe aclarar que el derecho de autor no protege el nombre de los artistas y grupos musicales, esto se debe hacer obteniendo el registro de una marca²³ que es regulada por el régimen de Propiedad Industrial.

La **cuarta** relación que surge en esta Cadena de Valor es la de Artista intérprete – Representante. El contrato que entre estos dos agentes se denomina “contrato de representación de Artistas”. Este es un contrato de mandato en el cual el representante o manager sirve de asesor, asistente de negocios y promotor del artista. Usualmente se brinda exclusividad al manager quien será el único autorizado para administrar los contratos que obtenga el

²³ **Marcas:** Dentro de los procesos que una banda musical debe ejecutar para asegurar que el nombre artístico de la persona o grupo no será utilizado por un tercero sin su autorización, es el de registrar una marca ante la superintendencia de industria y comercio

artista. Generalmente, un manager recibe entre el 20% y el 30% de los ingresos del artista por las actividades que realice, sin perjuicio a que el porcentaje es libremente pactado por las partes.

La **quinta** relación es la del Productor – Distribuidora. Entre estas partes surge el “Contrato de Licencia” en el cual se autoriza a la distribuidora la comercialización y distribución de la obra musical y el fonograma o máster. En este contrato se autoriza la puesta a disposición al público por medios digitales e internet, a parte de los otros mecanismos que elabora el productor. En este contrato ambas partes se obligan a ejercer su labor, además el distribuidor puede realizar labores de promoción.

También dentro de este contrato se genera la obligación del distribuidor de liquidar los pagos en un tiempo acordado, y de entregar junto al pago un estado de cuentas que refleje las cantidades de las remuneraciones del productor, ya que se está explotando su fonograma.

Dentro de la Cadena de Valor de la industria musical, se encuentra la Cadena de Valor de la comunicación pública de la obra, en la cual no se espera ahondar demasiado, debido a que dentro de nuestras limitantes se encuentra, distribución y puesta escénica como últimos interventores en el proceso.

Ahora bien, por otro lado, la puesta en escena, o como es llamada popularmente “performance”, es el momento en que la obra musical es llevada al escenario donde se comunica a un público receptor. En este caso, no se detalla la relación que surge de este momento como producto final la música y los oídos del público, sino la relación del Artista o Manager con el Promotor del evento, ya que es donde se incurre en los costos de la presentación en vivo y se acuerda cuál es el precio final de la presentación.

4.3. MARCO LEGAL

Se pretende abordar las siguientes pautas legales pues es de suma importancia reconocer cómo está reglamentada la industria musical en Colombia ya que permite evidenciar la formalidad de este tipo de organizaciones y cómo se establecen y qué entidad las regula.

4.3.1. Ley 1493 del 26 de diciembre de 2011: Es la Ley de espectáculos públicos tiene como propósito formalizar y fortalecer el sector de los espectáculos públicos de las artes escénicas en Colombia, a través de la implementación de diferentes medidas que favorecen el incremento en sus recursos, generan incentivos tributarios, simplifican los trámites, procedimientos y requisitos para la realización de este tipo de eventos.

Además con esta ley pretende impulsar la cultura activamente sin que el Estado cohiba ninguna expresión artística, siendo este un punto determinante a relacionar con el caso estudio, ya que para las bandas que inician e intentan mostrar su tipo de propuesta musical se les permite formalizarse como organizaciones con una estructura legal definida, pues la mayoría de bandas están en la ilegalidad ya que los costos que implica este proceso son muy onerosos, pretende también mejorar los espacio donde se realizan las presentaciones logrando así bienestar tanto para los artistas como para los espectadores; dando de esta forma la importancia que se merecen los espectáculos culturales.

En los aspectos fiscales los beneficios son grandes pues se trata como un sector especial pues se crea un registro de productores de espectáculos los cuales tienen beneficios tributarios y su recaudo es re invertido en el sector; por ejemplo los servicios artísticos quedan excluidos de IVA²⁴, como también las inversiones para la infraestructura de escenarios son deducibles al 100% del impuesto de renta.

4.3.2. Ley 23 de Enero 28 de 1982: Establece que los autores de obras literarias, artísticas y científicas poseen respaldo en cuanto al reconocimiento de su labor y que son ellos quienes disponen del fin que deseen para dicha obra, ya sea de lucro o por el contrario para que se divulgue de manera gratuita, a su vez hace una clasificación de los tipos de obra²⁵ que se pueden presentar, y otorga el derecho al autor para autorizar la publicación, traducción,

²⁴ Impuesto al Valor Agregado

²⁵ Obra individual, en colaboración, colectiva, anónima, seudónima, inédita, póstuma, originaria, derivada.

adaptación, representación, compendio, parodia, copias, a su vez podrán formar asociaciones y además deberán asentar el registro de sus obras.

Al mismo tiempo se establecen las acciones civiles para quienes no estén autorizados para difundir la obra, ni tengan parte en los derechos de autor, se pongan en disposición de la estancia judicial para realizar el debido procedimiento. Igualmente exige llevar un sistema de registro o contabilización que permita confrontar que las regalías sean acordes a la realidad; estableciendo que el autor, pueden hacer inspecciones al lugar de trabajo del productor para comprobar los montos que declara.

De lo anterior cabe resaltar que esta ley fue modificada en puntos específicos por la Ley 23 de 1982 como por ejemplo en lo concerniente al Registro Nacional de Derechos de Autor donde se habla del tipo de obras que se pueden registrar, las asociaciones de autores y su estructura, derechos y sanciones. Del mismo modo esta fue modificada por los decretos 1474 y 1721 del 2002 donde se promulga el tratado de La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual y el registro de tarifas ante la Dirección Nacional de Derechos de Autor, estableciendo de esta forma la entidad recaudadora que se denomina Sayco y Acimpro la cual tendrá unas obligaciones especiales en cuanto a la información que debe presentar.

Con lo anterior se puede asociar el caso estudio pues en aras de la formalización de la organización se pretende estar acorde con las exigencias legales de las producciones musicales que se realicen en el proceso ordinario de las actividades de la banda, así como también estar al tanto de no incurrir en una causal de penalidad por plagio u otro tipo de incumplimiento por omisión, participar de las asociaciones pues es en estos espacios es donde se promueven nuevas alternativas culturales.

4.3.3. Código Penal Artículos del 270 al 272: Por medio del cual se impone el tipo y valor de las sanciones por violación a los derechos de autor, estableciendo cuáles son los actos que dan pie a la sanción como por ejemplo publicación parcial o total sin autorización previa, es de suma importancia conocer las sanciones ya que se puede incurrir en sanciones por omisión.

4.3.4. Organización Sayco y Acimpro²⁶: Entidad sin ánimo de lucro, creada hace más de 20 años, dedicada a recaudar los derechos generados por la explotación comercial de la música en los establecimientos abiertos al público en todo el territorio colombiano. Su gestión está basada en la legislación que

²⁶ Organización Sayco y Asimpro (O.S.A), desarrollo objetivo de la entidad sin ánimo de lucro.

regula los derechos de autor en el país y en cumplimiento del mandato conferido por la Sociedad de Autores y Compositores de Colombia SAYCO y la Asociación Colombiana de Intérpretes y Productores Fonográficos ACINPRO, en sus calidades de sociedades de gestión colectiva.

4.3.5. Dirección Nacional de Derechos de Autor: Es una unidad administrativa especial adscrita al Ministerio de Interior del Estado Colombiano, encargada de las políticas gubernamentales con respecto a los derechos de autor y sus relacionados, esta unidad pretende la expedición de la normatividad que vele por la protección de los derechos, como también la investigación constante para la construcción de nuevas estrategias que permitan el desarrollo cultural y artístico, a su vez se encarga de la vigilancia e inspección de las sociedades de gestión colectiva de derechos de autor, agremiaciones y sus relacionados. A su vez establece de forma gratuita el registro nacional de derechos de autor, con el que se brinda seguridad jurídica y un medio de publicidad seguro para titulares y autores.

En cuanto al control es de importancia la gestión documental en donde se involucra planificación y el desarrollo continuo de alternativas para la mejorar el uso y conservación de las obras artísticas.

5. METODOLOGÍA

El presente trabajo se tratará de comprender cuáles son los procesos internos con los cuales un grupo musical lleva a cabo sus labores de valoración y establece el precio de sus productos. Por consiguiente, se tratará de analizar cada proceso y cada actor responsable para determinar detalladamente los componentes que se deben tener en cuenta para valorar la creación y producción musical. Esta situación, es un problema actual para el gremio de músicos de la ciudad; debido a que se genera precios subvalorados, y por ende se convierte en un problema socioeconómico y cultural.

En este estudio se describirá la situación actual de la Banda Mulato Blues Band, nombrando las actividades que surgen en su proceso de producción musical, tomando el tiempo de cada actividad y discriminando las actividades en productivas e improductivas para lograr precisión en la medición. Posteriormente se asignarán los costos emergentes en cada actividad usando como inductor para costos indirectos el tiempo dedicado a cada actividad de acuerdo al modelo de costos TDABC.

Se realizará a partir de la perspectiva de cada uno de los integrantes de la organización y demás actores que puedan estar implicados en dichos procesos que deseen ser partícipes de la investigación, es decir; de los productores, promotores, managers, contratantes, entre otros que se relacionan a partir de las transacciones económicas y que surgen en algún momento dentro de los procesos internos de la agrupación. Estos agentes se escogen como informantes de la investigación debido a su constancia en el tema, pues su vida laboral gira en torno a la industria musical y tienen pleno conocimiento del tema.

Esta investigación es de naturaleza descriptiva²⁷(Los estudios descriptivos se centran en medir con la mayor precisión posible), y se usará el método inductivo²⁸(En esta clase de estudios el investigador debe ser capaz de definir qué se va a medir y cómo se va a lograr precisión en esa medición. Así mismo, debe ser capaz de especificar quién o quiénes tienen que incluirse en la medición) el cual consiste en abordar un caso particular para poder generar premisas generales a partir de él. En el caso estudio se desarrollaron con base

²⁷ HERNÁNDEZ, Roberto, FERNÁNDEZ Carlos, BATISTA Pilar. Metodología de la investigación. Editorial Mc Graw Gill Cuarta edición. 2006 p.79

²⁸ ibídem

en la banda Mulato Blues Band, del cual se tomarán tiempos y se analizarán cada una de sus actividades, para a partir de esto generar algunas conclusiones del orden general que serán utilizadas en la implementación del modelo de costos TDABC y que este pueda servir para otras bandas musicales.

- Observación de los hechos para su registro
- Clasificación y el estudio de estos hechos
- Derivación inductiva que parte de los hechos y permite llegar a una generalización.
- Contrastación.

5.1. INSTRUMENTOS

- Recopilación documental

“Consiste en el estudio de documentos escritos sobre un objeto determinado, es decir son todos aquellos documentos registrados en diferentes dispositivos físicos a los que se tiene acceso en forma directa o indirecta para su consulta”²⁹.

Para este caso específico se tomarán como documentos:

- Textos de Contabilidad y Cultura
- Guías de Costos aplicados a instituciones y al arte
- Observación Científica-Participante

“Es definida como aquella observación en la cual el observador o investigador asume el papel de miembro del grupo, comunidad o institución- caso estudio que está investigando, y como tal, participa en su funcionamiento cotidiano.”³⁰

²⁹ Hernández. (2010) Tomado de GÓMEZ Luz Karime Y VICTORIA Claudia Marcela. Propuesta de un modelo de costos TDABC, para una Institución- caso estudio sin ánimo de lucro dedicada al cuidado infantil entre tres y cinco años de edad: Universidad del Valle. 2013.

³⁰ Gallardo; Moreno, 1999. p, 61 Tomado de GÓMEZ Luz Karime Y VICTORIA Claudia Marcela. Propuesta de un modelo de costos TDABC, para una Institución- caso estudio sin ánimo de lucro dedicada al cuidado infantil entre tres y cinco años de edad: Universidad del Valle. 2013.

Para esta investigación, el investigador participa directamente en la banda musical como director y baterista de la misma. También como deliberante en la comunidad de música “Cali Suenan Vivo”. Así se consigue un aporte de información tanto de los procesos musicales como de los administrativos de la misma banda y del sector de la música en Cali.

5.1.1. Instrumentos Primarios³¹

Con la entrevista mixta como herramienta, se tratará de recolectar información tanto de cada agente involucrado en el proceso cuestionado, como de los que no lo están, para así lograr el cruce respectivo de información y llenar los vacíos que surjan o atender las diferencias que haya. Igualmente, para comprender la relación contractual, se analizará los puntos de vista tanto del comprador como del vendedor en cada inversión o venta realizada por la agrupación. De esta forma, se logrará adquirir la mayor cantidad de perspectivas o puntos de vista sobre un proceso y se podrá abarcar la mayor cantidad de componentes en un elaborado más completo.

También se intentará recopilar la información acorde a la realidad y de forma oportuna para evaluar cómo ha sido el proceso de formación y reconocimientos de los activos intangibles presentes en este proceso, además se realizará una revisión sobre trabajos que se emplean en el mercado y las normas legales que regulan estos procesos, por ende se realizarán encuestas a los integrantes de la banda Mulato Blues Band.

En el recorrido por la investigación, se pretende visualizar los vacíos, conflictos, ambigüedades y situaciones, que no se revelan en los métodos de valoración actuales y que son inherentes al trabajo de creación musical. De aquí, se espera poder comprender, analizando bajo efectos psicológicos y efectos organizacionales, el trabajo en equipo que desarrolla una agrupación musical.

³¹ “Aquellas de las cuales se obtiene información directa, es decir, de donde se origina la información” (Cerdeña, 1998) Tomado de GÓMEZ Luz Karime Y VICTORIA Claudia Marcela. Propuesta de un modelo de costos TDABC, para una Institución- caso estudio de una entidad sin ánimo de lucro dedicada al cuidado infantil entre tres y cinco años de edad: Universidad del Valle. 2013. Para esta investigación se tomarán como fuentes primarias de información los integrantes de la banda Mulato Blues Band.

5.1.2. Instrumentos secundarios

La revisión bibliográfica será la herramienta que se usará para obtener información de tipo científico. Detallando la consulta de información en textos sobre las diferentes temáticas que abarcan el proyecto de investigación y los avances que se han realizado en cuanto a la línea de investigación.

Cabe aclarar que los instrumentos secundarios ofrecen información sobre el hecho investigado pero no son la fuente original de la información, sino que sólo la referencian³²

- Textos de Contabilidad y Costos
- Trabajos de grado en costos aplicados a un caso estudio
- Artículos sobre Costos y Arte

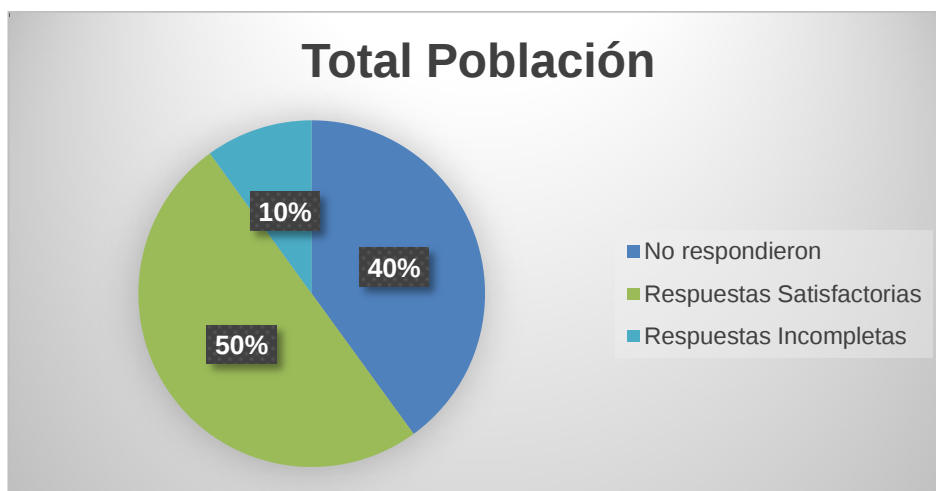
³² ibidem

6. ANÁLISIS DESCRIPTIVO

Se realizó el análisis descriptivo para entender el contexto de la industria musical en Santiago de Cali y la manera con la cual los músicos ponen sus tarifas. Entonces se elabora una encuesta aplicada a la comunidad “Cali Suená en Vivo”³³, la cual es una agremiación de músicos compositores y artistas emprendedores que buscan el fomento de la industria cultural, está es una estrategia del proyecto de industrias culturales de Cali y procura el desarrollo socio económico de la región, es financiado por entes públicos y privados. Por esto se tuvo en cuenta para la construcción del cuestionario: costo de la presentación, horas de presentación y cómo se atribuye el precio a las presentaciones, variables que permiten entender cómo se llevan a cabo los procesos dentro de cada agrupación, dando una pauta para entender la estructura interna de este tipo de grupos.

Para el tamaño de la muestra se envió la encuesta a todos los integrantes de la comunidad Cali Suená en Vivo que son 50 grupos de los cuales solo respondieron 25 siendo el 50% del total de la comunidad; cabe anotar que la recopilación de la encuesta fue tediosa, pues en este medio la informalidad no permite tener el tipo de información necesaria.

Figura 2: Población de músicos a encuestar



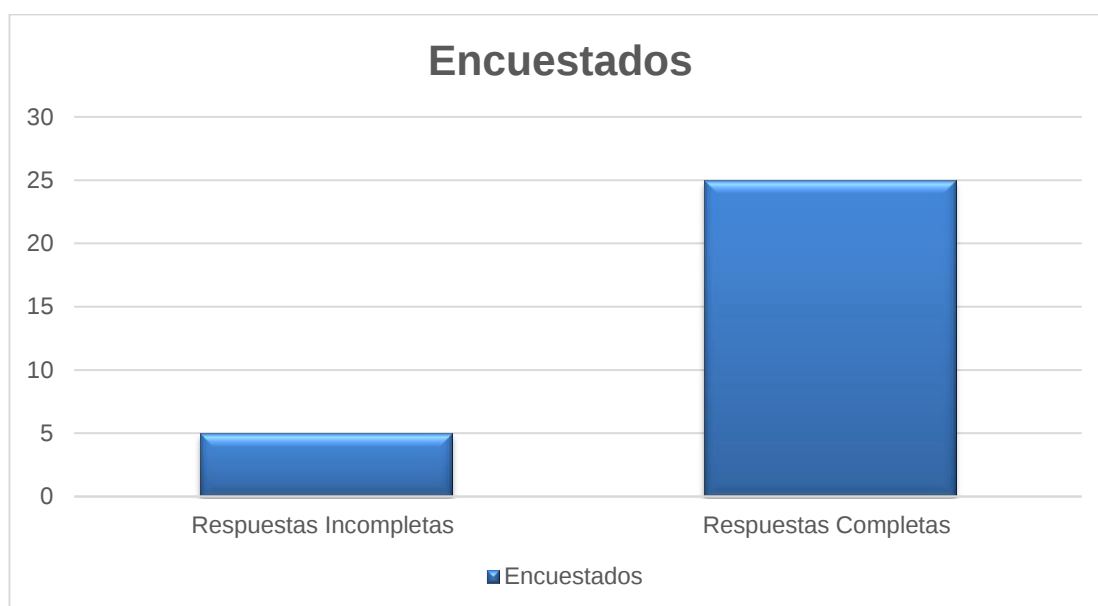
³³ [Citado en 12 de Febrero de 2015] Disponible en <http://industriasculturalescali.com>

6.1. ANÁLISIS DE RESULTADOS.

La recopilación de los resultados completa se encuentra en el Anexo.1, y esta arrojó la siguiente información:

- Número de Bandas que respondieron la encuesta satisfactoriamente fueron: 25

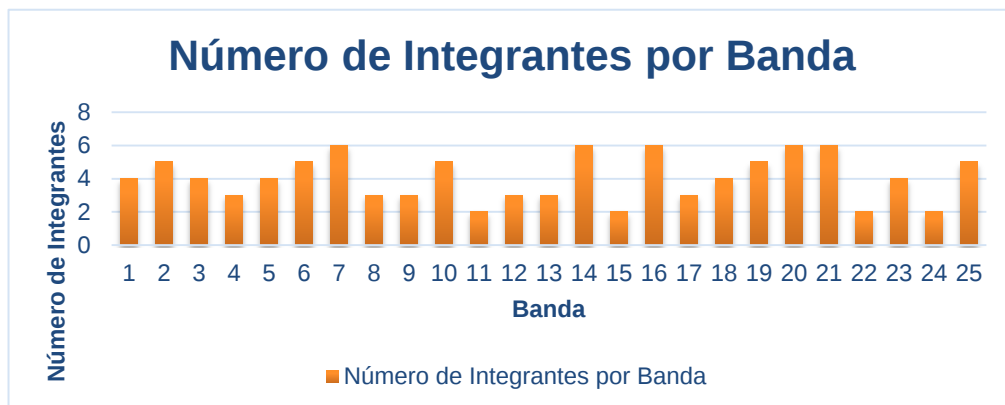
Figura 3: Respuestas Satisfactorias de las Encuestas



Fuente: elaboración propia.

6.1.1. Número de Integrantes por Banda: en promedio el número de integrantes por banda fue de 4 músicos, para este punto influye mucho el género de música que interpreten, pues de esto dependerá los instrumentos a incorporar en la presentación.

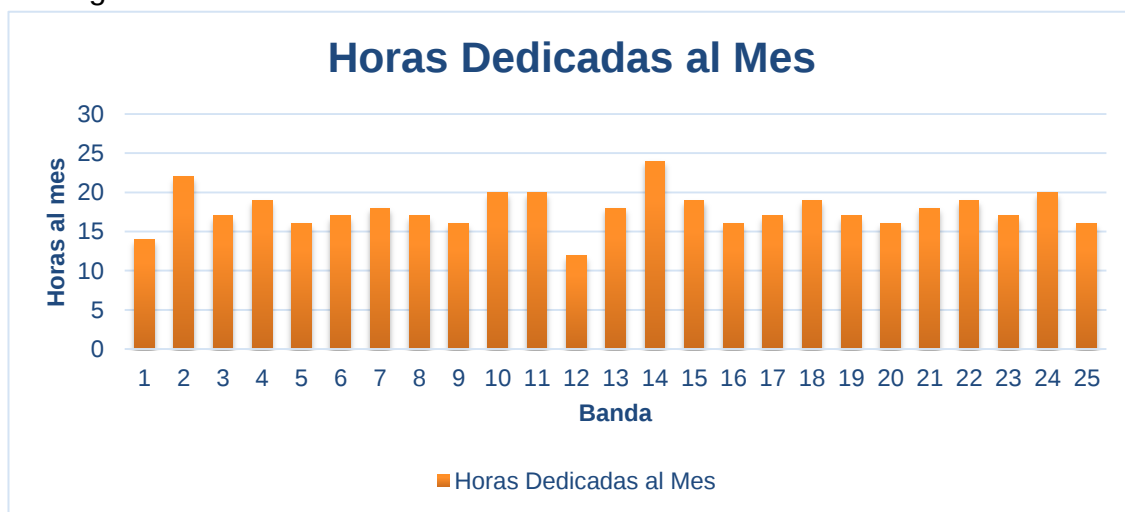
Figura 4: Número de Integrantes por Banda



Fuente: elaboración propia.

6.1.2. Horas dedicación al Mes: el promedio de horas dedicadas al mes para ensayos y de más tareas del grupo fueron 18 horas.

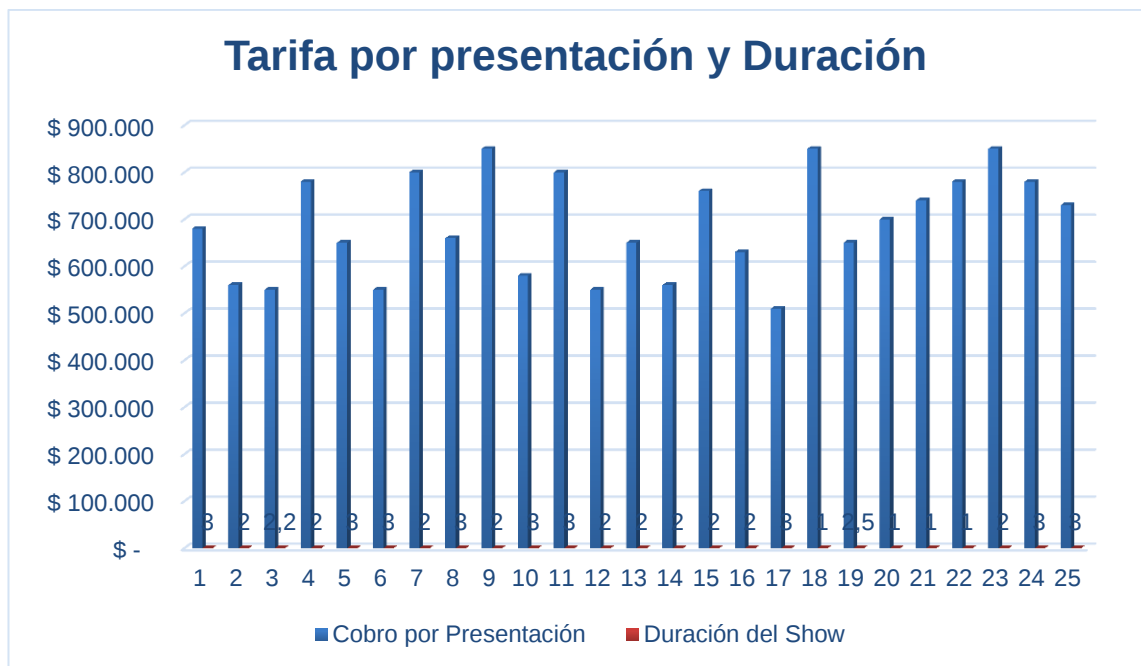
Figura 5: Horas Dedicación al Mes



Fuente: elaboración propia.

6.1.3. Tarifa por Presentación y Duración del show: el promedio a cobrar por presentación es de \$688.000 mil pesos con una duración promedio de 2 horas; para el cobro de presentación la mayoría de encuestados evalúa el número de personas al que se presentan.

Figura 6: Tarifa por Presentación y Duración del Show



Fuente: elaboración propia.

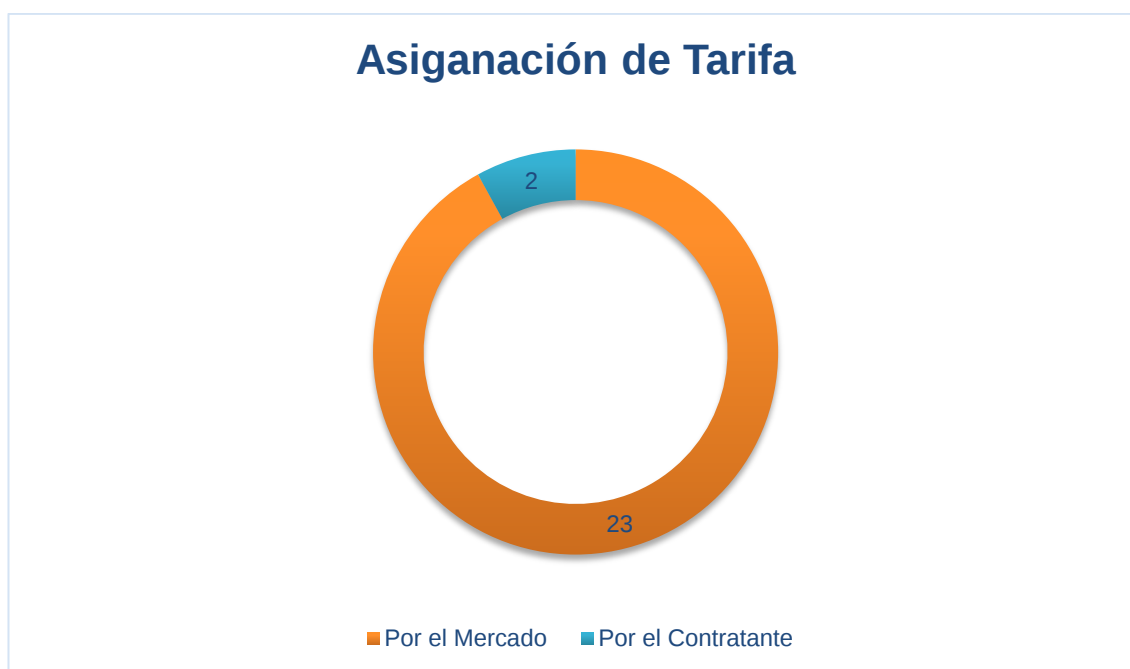
6.1.4. Forma de Escoger la Tarifa: para escoger la tarifa a cobrar por cada presentación solo se obtuvieron dos tipos de respuestas: por el precio que establece el mercado o por el precio que les ofrece el contratante y la que obtuvo mayor respuesta fue por el precio de mercado, ya sea por la banda o por la hora que cobre cada músico por hora que tuvo un promedio de \$50.080, en este ejercicio.

Figura 7: Valor Hora Música



Fuente: elaboración propia.

Figura 8: Asignación de Tarifa



Fuente: elaboración propia.

6.1.5. Costos Incurridos en la Presentación: para esta pregunta se realizaron unas opciones a escoger de los costos en los que incurre la banda a la hora de realizar la presentación la respuesta más escogida fue:

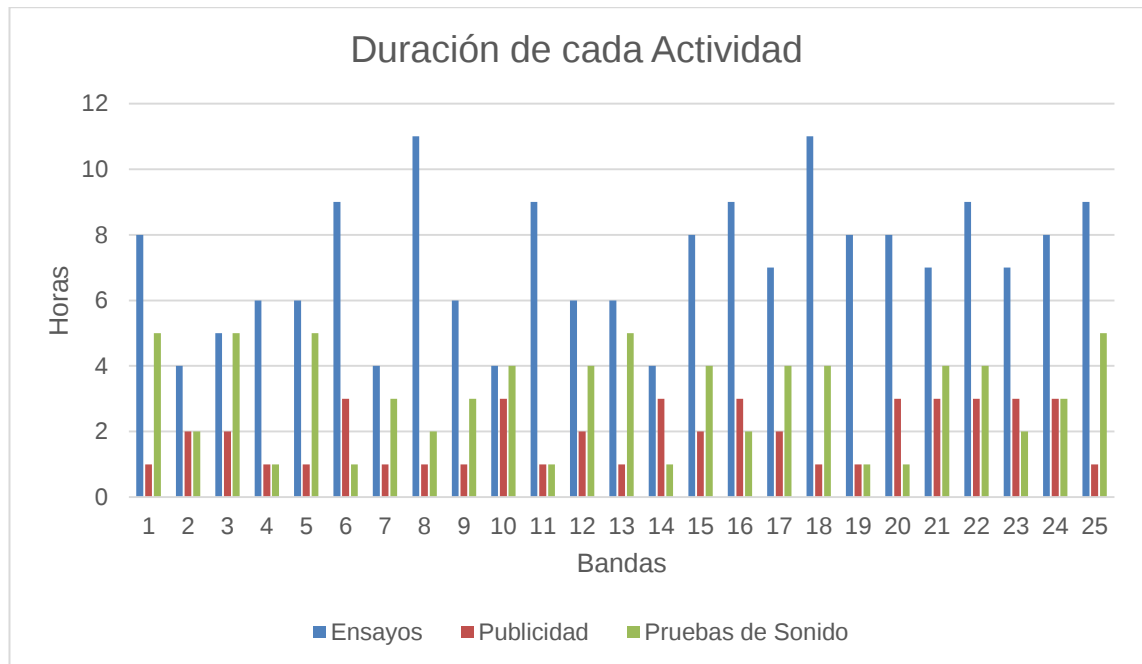
Músicos-Transporte-Sonido

6.1.6. Actividades del proceso de Presentación: La opción más escogida para describir el proceso de actividades a seguir en una presentación fue:

Negociación-Ensayo-Contrato-Puesta en Escena-Vestuario

6.1.7. Tiempo que puede tardar una Actividad: cada agrupación tiene unas actividades particulares a la hora de realizar una presentación por esto la pregunta se asocia cuánto tiempo se tarda cada actividad, el promedio para ensayos, publicidad y pruebas de sonido fue: 7, 2 y 3 horas respectivamente.

Figura 9: Duración de cada Actividad



Fuente: elaboración propia.

Al evaluar los resultados anteriores se puede evidenciar que la informalidad del medio, impide que se tengan una diferenciación real para atribuir los costos para cada presentación, no obstante la asignación de la tarifa para cobrar permite que se pague menos de lo que en realidad cuesta la presentación ya que los espectáculos culturales están subvalorados y no se realiza el pago adecuado del servicio.

7. ANÁLISIS CASO ESTUDIO.

Se pretende abordar las actividades realizadas por la banda musical para una puesta en escena, además su organización interna y manejo de funciones, para así conceptualizar la forma de asignar el precio de los servicios ofrecidos por la banda y compararlos con el modelo propuesto por la USM y además de proponer la mejor manera de costear usando el sistema de TD ABC.

7.1. DIAGNÓSTICO CASO ESTUDIO

7.1.1. Biografía³⁴

En el año 2010, Lina Fernanda Angulo estudiante de la Universidad del Valle y amante de los ritmos afroamericanos, conoce en medio de su pasatiempo favorito (componer música blues y latín jazz) a William Morcillo, estudiante igualmente de Univalle y entonces guitarrista de una agrupación de rock y pop. William y Lina comienzan a crear música que llamaba cada vez más la atención de los espectadores en la universidad. En medio del auge musical y de los bellos comentarios y las felicitaciones, consiguen su primer contrato como agrupación en un reconocido bar de la ciudad. Para este concierto requerían a alguien en la percusión que les ambientara aún más las canciones, y es como Juan Camilo Morcillo (hermano de William) entra a la agrupación como baterista.



Fuente: cartelera de eventos Universidad del valle sede San Fernando.

³⁴ Tomado Brochure Mulato a finales del 2013.

Al realizar su primer concierto, y al ver los resultados tan positivos, comienzan a estructurar su proyecto durante el año 2011. En este año, Mateo Cevallos (Dj Buller de los 40 principales de Cali) conoce la agrupación por medio de Lina Angulo y se ve interesado en realizar alianzas para producir audio. Con el resultado de estas alianzas sale el primer trabajo discográfico de la banda en un formato acústico, “Renovación espiritual (2011)” con un demo pre-producido de 2 canciones “Promesas” y “Lo que eras tú”.



Fuente: fotografía publicitaria tomada de Brochure Mulato Blues Band año 2014

En medio de los ensayos, a finales de 2011 un gran amigo de los hermanos Morcillo, Diego Alfonso Cuellar, les presenta a Diego Fernando Zamora bajista y alumno suyo, quien se ve interesado en pertenecer al proyecto. Durante el año 2012 y a principios de 2013, después de haber realizado un montaje de repertorios, Mulato Blues Band sale a ofrecer su música al mercado consiguiendo múltiples conciertos y experiencias que se han sumado a su material musical.



Fuente: fotografía publicitaria tomada de Brochure Mulato Blues Band año 2014

A mediados de 2013, Mulato Blues Band participa en las convocatorias del “Proyecto de Industrias Culturales de Cali (PRIC)” obteniendo varios logros como el ingreso al directorio del PRIC, la formación prestada por el “Ecosistema de Emprendimiento Cultural” y su participación en la “Comunidad Cali Suenan en Vivo”. Con un nuevo proyecto y de igual nombre, Mulato Blues Band sufre una reestructuración, dejando en la dirección general a Juan Camilo Morcillo, en la dirección musical a Lina Fernanda Angulo, en el sonido a William Morcillo y en la Gestión video-gráfica a Diego Fernando Zamora. A finales del año 2013, Ana María Acosta integrante de la “Comunidad Cali Suenan en Vivo” se ve interesada en el proyecto de Mulato Blues Band, y por medio de Juan Camilo conoce a la banda. En este momento, Ana ingresa al proyecto como manager de la banda y se estructuran nuevos planes de trabajo.

La banda ha tenido algunos reconocimientos entre los cuales están:

- En el año 2013, a través de la convocatoria “Ecosistema de Emprendimiento Cultural” Mulato Blues Band ingresa al “Proyecto de Industrias Culturales de Cali (PRIC)” logrando así participar en el directorio y el catalogo del PRIC como empresa cultural certificada por el programa “Ecosistema de Emprendedores Culturales” del PRIC.
- A finales del año 2013, luego de finalizar el ciclo de formación para emprendedores culturales prestado por el PRIC, Mulato Blues Band ingresa a la “Comunidad Cali Suenan en Vivo”. Como agrupación perteneciente a la comunidad, es participe de todos los eventos y

proyectos que desde ahí se planean y ejecutan para el beneficio artístico y musical de la ciudad.

- Publicación en la prensa de la Universidad del Valle por la grabación del primer disco; además de hacer reconocimiento de su labor de emprendimiento.

7.1.2. Personal. Cada integrante tiene funciones principales y adicionales pues no solo se desempeñan a nivel musical sino que administran la organización contribuyendo con el desarrollo interno de sus actividades, para la mejora continua de los procesos.

El siguiente cuadro muestra las actividades principales y las actividades adicionales:

Tabla 1: Funciones por músico.

Nombre	Función Principal	Funciones Adicionales
Diego Fernando Zamora	Bajo	• Fotografía y video • Gestión de eventos • Redes sociales: YouTube
Juan Camilo Morcillo	Batería	• Dirección general • Gestión de eventos y capacitaciones • Tesorero • Redes sociales: Facebook
Lina Fernanda Angulo	Voz	• Composición Musical • Gestión de puesta en escena y vestuario • Organizar los ensayos • Gestión de eventos • Redes sociales: Twitter
William Fernando Morcillo	Guitarra	• Técnico en sonido • Inventario y cuidado de los instrumentos • Gestión de eventos • Redes sociales: Instagram

Fuente: Elaboración Propia Ver Anexo 4

7.1.3. Cadena de Valor Caso Estudio. La industria musical en Colombia y más precisamente en Cali se ha visto afectada por la carencia de buenas políticas que velen por el desarrollo cultural y por la importancia de los gestores culturales en la ciudad, por el apoyo promocional a los estilos musicales de moda que de una u otra forma excluyen los estilos alternativos de música emergentes, también por la alta oferta de “obras musicales” y de “artistas” que han ido convirtiendo a la industria musical en un modelo con gran importancia

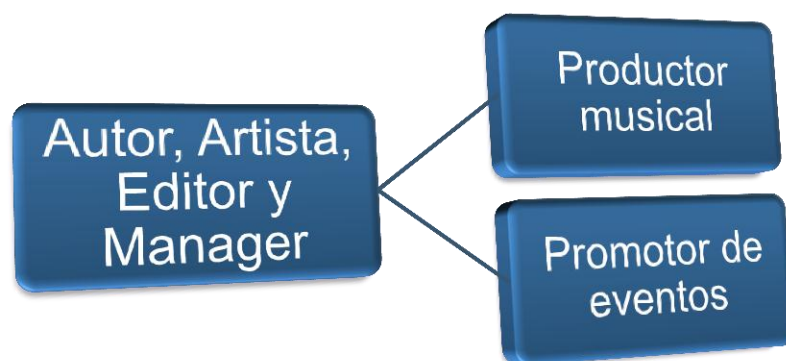
en el marketing y ventas. Esto ha llevado a que la industria vaya mutando y quienes hacen parte de ella a reestructurar sus funciones que pasan de un alto contenido artístico, social y cultural, a un formato de alta importancia visual, altamente significativo en cuanto a la imagen.

Por la situación que atraviesa la industria musical, es por la que los artistas de la ciudad se han visto impulsados a elaborar sus proyectos musicales asumiendo ellos mismos la mayor cantidad de roles que se distinguen en la cadena del valor de la industria musical. Por ejemplo, es normal hoy ver que un autor (compositor) sea su propio editor (quien explota su obra), su propio interprete (músico que ejecuta la obra), manager (administrador de eventos y contratos), productor (grabe sus obras en un home studio) y distribuidor (comercialice su obra).

La situación anterior es precisamente el de nuestro caso estudio y de muchos más de la ciudad de Cali. Mulato Blues Band, una Banda con menos de cuatro años en el mercado, se compone de jóvenes emprendedores que han asumido gran parte de los roles de la cadena del valor de la industria musical, agregando valor a una obra musical finalmente por ellos mismos y convirtiéndose ellos mismos en los creadores, productores de su música, quienes realizan su publicidad y venden sus productos y servicios musicales al mercado.

Resumiendo un poco la anterior, Mulato Blues Band cuenta con una Cadena de Valor de su producto que comienza en el agente “Autor, Artista, Editor Y Manager” relacionado con el “productor” y de igual forma relacionado con el “Promotor de eventos”. Gráficamente de esta manera:

Figura 10: Cadena de Valor de Mulato Blues Band



Fuente: Elaboración propia

7.1.4. Servicios. En el siguiente cuadro se bosquejan los principales servicios que se pueden ser ofrecidos por una banda musical:

Tabla 2: Tipo de Servicios.

Composición	Montaje y Arreglo Musical	Interpretación	Presentación Musical
Se componen canciones y se venden a otros artistas para su interpretación.	Se realiza el montaje a una obra lírica acoplando la armonía y el ritmo, junto con los cortes y arreglos musicales para su posterior interpretación	Se ejecuta una obra musical previamente editada, ya sea en un estudio de grabación o en un show en vivo	Montaje preparado para la presentación de un repertorio y un show en vivo con un público expectante

Fuente: Elaboración propia

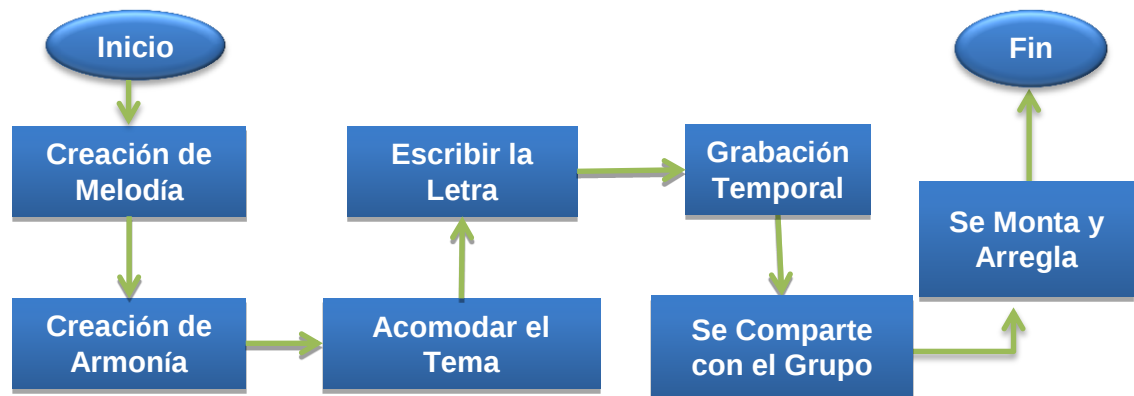
Teniendo en cuenta la Cadena de Valor del caso estudio Mulato Blues Band, el servicio más significativo ofertado es la presentación musical, este servicio es el acompañamiento musical y show en vivo para eventos de diferentes categorías, ya que la banda están en una etapa de crecimiento se usa este servicio para darse a conocer en el mercado, y conseguir fuentes de financiación para el desarrollo de sus actividades; aunque aún no hay grabación formal para la producción de un sencillo, se pretende que con las presentaciones se obtenga patrocinio para así poder ampliar su portafolio de servicios.

Por lo anterior el servicio que se va a usar para el desarrollo de esta investigación es la presentación musical, pero como Mulato se encarga de hacer la composición, edición y montaje de sus propias canciones, y este proceso es efectuado antes de la puesta en escena se va a realizar un esbozo de lo referente a la composición musical como lo realiza la banda Mulato para contextualizar los procesos.

- **Composición Musical:** este proceso se va a definir desde la perspectiva de los integrantes del grupo encargados de realizarlo, los cuales lo conceptualizan como el proceso mediante el cual se crea una obra lírica acompañada de melodía, armonía y ritmo, este no tiene un tiempo establecido solo surge de forma espontánea y se acopla con los sentimientos del autor; este proceso da un valor agregado a la puesta en escena, pues lo inédito de las canciones y el proceso artístico inteligible de creación e inspiración ponen en muestra la originalidad y la creatividad del grupo, además es una ventaja

que este proceso no sea elaborado por terceros ya que es oneroso y se puede incurrir en costos de regalías y de derechos de autor.

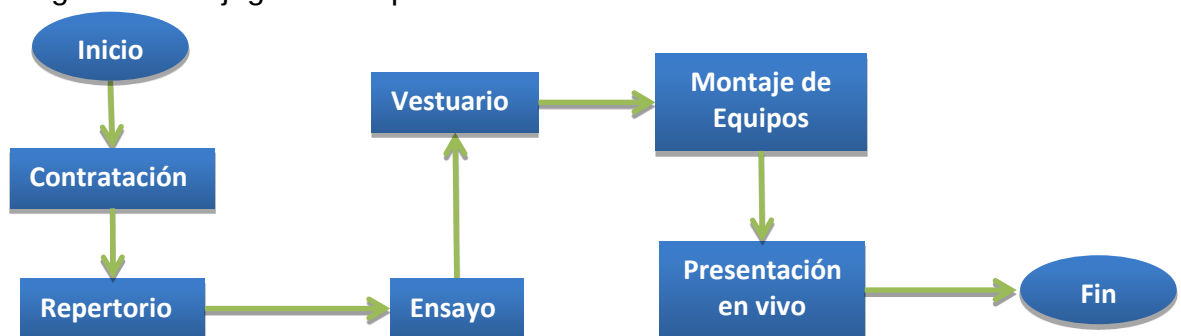
Figura 11: Flujograma de Composición Musical



Fuente: Elaboración propia

- **Presentación Musical:** este proceso se va a definir desde la perspectiva de los integrantes de la banda, todos participan en este proceso e implica la coordinación de diferentes elementos que relacionados permiten un show en vivo agradable; entonces la presentación musical integra un show en vivo, con un escenario arreglado acorde con la temática del repertorio, junto con el vestuario y puesta en escena.

Figura 12: Flujograma de presentación Musical



Fuente: Elaboración propia

7.1.5. Distribución de Utilidades: según las actas de las reuniones revisadas se pudo encontrar que se estableció un porcentaje de participación de las utilidades, estos porcentajes se asignaron siguiendo la distribución de actividades que cada integrante tiene. Por ende Juan Camilo y Lina Fernanda tiene mayor porcentaje que los otros integrantes ya que en ellos recae la dirección de la banda, además se establece que el 50% de las utilidades se

dejará en un fondo para reinversión, mantenimiento y reparación de instrumentos y para la ejecución de los planes pactados. En la siguiente tabla se muestran los porcentajes asignados.

Tabla 3: Porcentaje de Participación

Integrantes	Porcentajes de Participación
Juan Camilo Morcillo	15%
Lina Fernanda Angulo	15%
William Fernando Morcillo	10%
Diego Fernando Zamora	10%
Fondo Común	50%
Total	100%

Fuente: Elaboración propia - ver anexo 4

Además en la revisión de las actas se encontró una tarifa mínima para la presentación en vivo, la cual se estableció mediante los precios que ofrece el mercado en Cali para este tipo de presentaciones.

Tabla 4: Cotización Mulato Blues Band

Músico	Costo
1ra voz y guitarra	\$ 175.000
2da voz y guitarra	\$ 175.000
Percusión	\$ 175.000
Bajo	\$ 175.000
SUBTOTAL	\$ 700.000

NOTA: La cotización corresponde al costo por músico y la tarifa mínima, el lugar debe incluir backline³⁵ y transporte. De lo contrario:

Adicional: sonido	\$ 150.000
Total	\$ 850.000

Fuente: Tomado de las Actas de Mulato

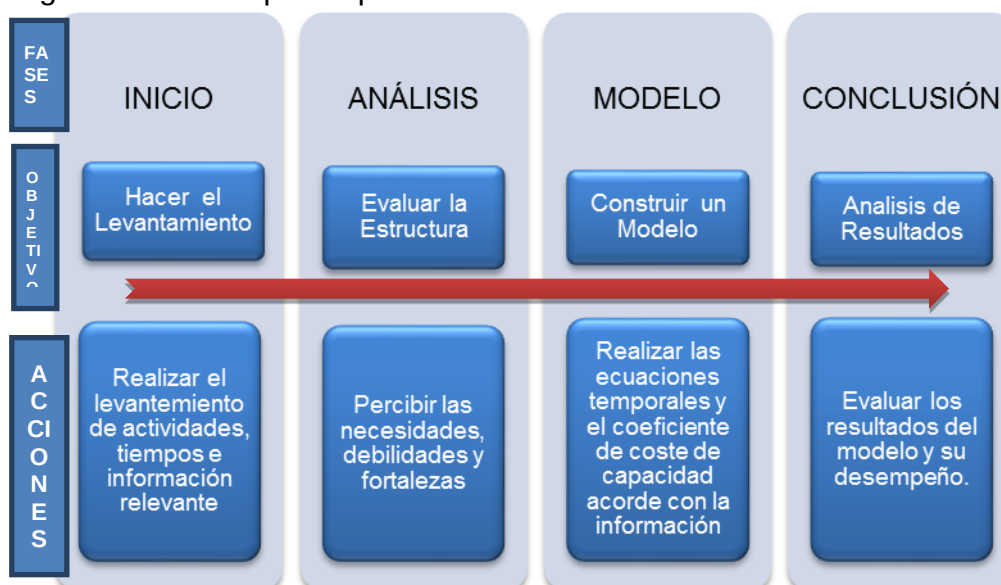
³⁵ Esto es la recopilación de los instrumentos y el sonido, debe contar como mínimo con 2 micrófonos para voz, amplificador para bajo y guitarra independientes, amplificación de batería, amplificación general (consola).

8. APLICACIÓN DEL MODELO TDABC PARA EL CASO ESTUDIO MULATO BLUES BAND.

Para iniciar con la aplicación del modelo TDABC se debe tener en cuenta que el principal propósito es mejorar la manera de atribuirle un costo a las actividades del proceso de puesta en escena musical llevado a cabo por la Banda Mulato Blues Band. No obstante, es necesario seguir las pautas que elaboran Kaplan y Anderson sobre el modelo TDABC, entonces se realizan ecuaciones temporales, un coeficiente de costo de capacidad y asignando el costo a los tiempos invertidos por actividad.

De esta manera en el Figura Número 13. Se plantean los objetivos y unas actividades a realizar en esta aplicación de TDABC aplicado al caso estudio de una presentación artística de una Banda musical.

Figura 13: Pasos para Aplicar Costos TDABC.



Fuente: Elaboración propia

En el capítulo anterior se hace una descripción de la Banda en sus inicios como ha cambiado durante el tiempo, la forma en que se realizan las actividades internas como la composición de su música, distribución de utilidades, establecimiento de tarifas; entre otros, al evaluar la forma en que se asignan las tarifas para las presentaciones en vivo, se da pie entonces para la aplicación del modelo TD ABC con el cual se pretende mejorar y brindar una

herramienta para la asignación adecuada de las tarifas de esta forma lograr estabilidad y formalizar la estructura de la organización con procesos adecuados.

8.1. ECUACIONES TEMPORALES

Para determinar las ecuaciones temporales se debe “describir la actividad básica y todas sus principales variaciones, identificar los inductores de las variaciones y calcular el tiempo estándar para la actividad básica y cada una de las variaciones. Además, sí se descubre que el modelo inicial omite una variación importante dentro de un proceso o subproceso, el analista simplemente debe añadir un término adicional a la ecuación temporal para reflejar la capacidad de recursos a incremental (normalmente el tiempo) que se necesita para esta variación que previamente se había omitido.” (Kaplan y Anderson, 2008, p.51)³⁶

Como mencionan Kaplan y Anderson, el modelo TDABC utiliza el tiempo como principal inductor para asignar los costos en recursos a los objetos de costo (en este caso el servicio de puesta en escena musical, o presentación en vivo). Normalmente el personal y los equipos permiten medirse según la cantidad de tiempo disponible para realizar el trabajo, pero hay algunos recursos se miden en otras unidades (como por ejemplo la capacidad de la almacenamiento de datos se mide en Gigabytes). El modelo TDABC se enfoca en realizar ecuaciones temporales que permitan calcular las demandas de tiempo de los recursos de capacidad, llevándolo a cabo en todos los recursos sin importar si su capacidad se mide en otras unidades.

“El dato clave que debe introducirse en un modelo TDABC es el tiempo (capacidad) necesario para realizar una actividad, como procesar un pedido, realizar un ciclo de producción o servir a un cliente.” (Kaplan y Anderson, 2008, p.46)

De este modo se han abordado las actividades levantadas en el proceso de puesta en escena musical de Mulato Blues Band; realizando una simulación de una presentación musical y describiendo 3 actividades principales con sus respectivas subactividades, variaciones de cada actividad o si se les atribuye

³⁶ Tomado de GÓMEZ Luz Karime Y VICTORIA Claudia Marcela. Propuesta de un modelo de costos TDABC, para una Institución- caso estudio sin ánimo de lucro dedicada al cuidado infantil entre tres y cinco años de edad: Universidad del Valle. 2013.

un tiempo estándar, los inductores de las variaciones y generando una ecuación temporal por cada actividad principal.

8.1.1. Levantamiento de Actividades.

En la siguiente tabla se presenta a manera de diccionario de actividades, como es usado en los modelos de costo ABC y para una mejor ilustración, las 3 actividades principales en que se ha dividido el proceso de puesta en escena musical de la banda Mulato Blues Band, la actividad básica con sus eventos incrementales, y los anexo 2, 3 y 4 en los cuales se pueden observar los diagramas (Flujograma) y las ecuaciones temporales.

Tabla 5: Levantamiento de Actividades.

ANEXO	ACTIVIDAD PRINCIPAL	NUM.SUB-ACTIVIDAD			SUBACTIVIDAD
Anexo 2	NEGOCIAR EL CONTRATO	1			Tiempo que la persona dedica a concertar el contrato
		1	1		Recibir solicitud del cliente (si el cliente convoca)
		1	2		Contactar al cliente
		1	3		Programar reunión
		1	4		Desplazamiento hasta las instalaciones del cliente
		1	5		Exposición del brochure, tarifas y condiciones de la banda
		1	6		Negociación del contrato
		1	7		Desplazamiento de regreso
Anexo 3	ENSAYO	2			Tiempo que dedica el equipo a preparar el show
		2	1		Contactar a los músicos integrantes de la banda
		2	2		Programar reunión
		2	3		Desplazamiento al lugar de ensayo
		2	4		Alistamiento de equipos
		2	5		Ensayo
		2	6		creación del performance (si no hay show estándar)
		2	6	1	Elección del repertorio (si no hay show estándar)
		2	6	2	Arreglos particulares del show (si no hay show estándar)
		2	6	3	Análisis del ambiente generado con el repertorio y orden de los temas (si no hay show estándar)

		2	6	4	Escoger vestuario y utilería (si no hay show estándar)
		2	7		Publicidad en redes sociales
		2	8		Desplazamiento a las instalaciones
		2	8	1	Desplazamiento músicos (si no está incluido en el contrato)
		2	8	2	Carga de instrumentos y equipos al vehículo (si el contrato es sin BackLine)
		2	8	3	Desplazamiento de los instrumentos y equipos a las instalaciones del cliente (si el contrato es sin BackLine)
		2	8	4	Descarga de instrumentos y equipos (si el contrato es sin BackLine)
		2	9		Instalación de equipos e instrumentos (si el contrato es sin BackLine)
		2	10		Prueba de sonido
		2	11		Desplazamiento de regreso (si no está incluido en el contrato)
Anexo 4	SHOW	3			Tiempo dedicado a la ejecución del show
		3	1		Desplazamiento a las instalaciones (si no está en el contrato)
		3	2		Ejecución del show
		3	3		Desinstalación de equipos e instrumentos (si el contrato es sin BackLine)
		3	4		Desplazamiento de regreso
		3	4	1	Desplazamiento de regreso músicos (si no está incluido en el contrato)
		3	4	2	Carga de instrumentos (si el contrato es sin BackLine)
		3	4	3	Desplazamiento de los instrumentos y equipos de regreso (si el contrato es sin BackLine)
		3	4	4	Descarga de instrumentos (si el contrato es sin BackLine)

Fuente: Elaboración propia

8.1.2. Consumo de Tiempos

Para proceder a la asignación de tiempos a las actividades es necesario aclarar su procedencia, ya que “estas mediciones se obtienen a través de múltiples métodos: la observación directa (el venerable planteamiento del cronómetro y la carpeta), la acumulación del tiempo necesario para procesar entre cincuenta y cien transacciones similares y calcular el tiempo medio por transacción procesada, entrevistar o encuestar empleados, utilizar mapas de procesos ya existentes o aprovechar los cálculos de tiempo realizados en otros ámbitos de la compañía o la industria.” (Kaplan y Anderson, 2008 p. 47).

Para el caso estudio Mulato Blues Band, se tuvo la participación directa de un integrante de la banda musical en el trabajo de investigación, el cual ha brindado la información a través de entrevista, contemplando que hay variedad de tiempos estimados y siguiendo la idea de que “para los objetivos de determinación de los costos estratégicos de un modelo TDABC, las compañías necesitan exactitud, no precisión. Conocer el primer dígito con exactitud, el segundo de manera aproximada y después poner el número de ceros y la coma decimal correctamente es más que suficiente para el sistema de TDABC” (Kaplan y Anderson, 2008 p. 47).

Las actividades levantadas en la puesta en escena de Mulato Blues Band son muy susceptibles a variaciones, por lo tanto la mayoría presenta un inductor de variación (que resulta ser una condición que da paso a sumar el tiempo en la ecuación temporal, es decir; si se cumple la condición se suma en la fórmula, si no se descarta) y las actividades que no presentan esta condición, se asignan a la fórmula de la ecuación temporal con un tiempo estándar que ha sido estimado por el integrante que facilita la información.

De igual manera, como menciona Kaplan y Anderson “si se descubre que el modelo inicial omite una variación importante dentro de un proceso o subproceso, el analista simplemente debe añadir un término adicional a la ecuación temporal para reflejar la capacidad de recursos incremental (normalmente el tiempo) que se necesita para esta variación que previamente se había omitido.”

8.1.3. Fórmula Ecuación Temporal por Actividad³⁷

Tiempo del proceso = suma de tiempos de actividades individuales

$$= \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3... + \beta_iX_i$$

Donde

β_0 es el tiempo estándar para realizar la actividad básica (p. Ej., 10 minutos)

β_1 es el tiempo calculado para la actividad incremental i (p. Ej., 2 minutos)

X_i es la cantidad de actividad incremental i (p. Ej., número de líneas de pedido)

-
- ³⁷ KAPLAN Robert S, Anderson Steven R. Costos Basados en el Tiempo Invertido por Actividad. Editorial Edi De SL, 2008. P.54.

La siguiente tabla muestra la actividad (1.1. Recibir la solicitud del cliente), las variaciones o eventos incrementales, los tiempos estándar de la actividad básica (Bo) y de los eventos incrementales (Bi), y las características de transacción que indican cuáles son los inductores para asignar tiempo a los eventos incrementales.

Tabla 6: Tiempos de Negociar el contrato

1		Tiempo que la persona dedica a negociar el contrato	Característica de transacción	Tiempo (Bo)		Tiempo evento incremental (Bi)	
1	1	Recibir solicitud del cliente (si el cliente convoca)	tiempo estándar (Bo)	2	mins		
1	2	Contactar al cliente	cantidad de medios			10	mins * medio
1	3	Programar reunión	tiempo estándar			5	mins
1	4	Desplazamiento hasta las instalaciones del cliente	Distancia			2	mins * km
1	5	Exposición del brochure, tarifas y condiciones de la banda	tiempo estándar			10	mins
1	6	Negociación del contrato	tiempo estándar			5	mins
1	7	Desplazamiento de regreso	Distancia			2	mins*km

Fuente: Elaboración propia

La siguiente tabla muestra la actividad básica (2.1. Contactar a los músicos), las variaciones o eventos incrementales, los tiempos estándar de la actividad básica (Bo) y de los eventos incrementales (Bi), y las características de transacción que indican cuáles son los inductores para asignar tiempo a los eventos incrementales.

Tabla 7: Tiempos de Ensayo

TIEMPOS DE ENSAYO					
		Tiempo que dedica el equipo a preparar el show	Característica	Tiempo (Bo)	Tiempo evento incremental (Bi)
2					
2	1	Contactar a los músicos integrantes de la banda	tiempo estándar	4 mins	
2	2	Programar reunión	cantidad de músicos		2 mins*músico
2	3	Desplazamiento al lugar de ensayo	distancia		2 mins*kilometro
2	4	Alistamiento de equipos	cantidad de equipos		2 mins*equipo
2	5	Ensayo	cantidad de temas		20 mins*tema
2	6	creación del performance (si no hay show estandar)			
2	6	1 Elección del repertorio (si no hay show estandar)	cantidad de temas		2 mins*tema
2	6	2 Arreglos particulares del show (si no hay show estandar)	cantidad de arreglos		5 mins*arreglo
2	6	3 Análisis del ambiente generado con el repertorio y orden de los temas (si no hay show estandar)	cantidad de temas		2 mins*tema
2	6	4 Escoger vestuario y utileria (si no hay show estandar)	cantidad de musicos		10 mins*músico
2	7	Publicidad en redes sociales	cantidad de redes		5 mins*red
2	8	Desplazamiento a las instalaciones			
2	8	1 Desplazamiento músicos (si no está incluido en el contrato)	distancia		2 mins*kilometro
2	8	2 Carga de instrumentos y equipos al vehiculo (si el contrato es sin BackLine)	cantidad de equipos		2 mins*equipo
2	8	3 Desplazamiento de los instrumentos y equipos a las instalaciones del cliente (si el contrato es sin BackLine)	distancia		2 mins*kilometro
2	8	4 Descarga de instrumentos y equipos (si el contrato es sin BackLine)	cantidad de equipos		2 mins*equipo
2	9	Instalación de equipos e instrumentos (si el contrato es sin BackLine)	cantidad de equipos		10 mins*equipo
2	10	Prueba de sonido	cantidad de canales		10 mins*canal
2	11	Desplazamiento de regreso (si no está incluido en el contrato)	distancia		2 mins*kilometro

Fuente: Elaboración propia

La siguiente tabla muestra la actividad básica (3.1.Chequeo de indumentaria), las variaciones o eventos incrementales, los tiempos estándar de la actividad básica (Bo) y de los eventos incrementales (Bi), y las características de transacción que indican cuáles son los inductores para asignar tiempo a los eventos incrementales.

Tabla 8: Tiempos Show

TIEMPOS SHOW									
			Tiempo dedicado a la ejecución del show	Característica	Tiempo (Bo)		Tiempo evento incremental (Bi)		
3									
3	1		Chequeo de indumentaria (Bo)		2	mins			
3	2		Desplazamiento a las instalaciones (si no está en el contrato)	distancia			2	mins*kilometro	
3	3		Ejecución del show	cantidad de temas			5	mins*tema	
3	4		Desinstalación de equipos e instrumentos (si el contrato es sin BackLine)	cantidad de equipos			10	mins*equipo	
3	5		Desplazamiento de regreso						
3	5	1	Desplazamiento de regreso músicos (si no está incluido en el contrato)	distancia			2	mins*kilometro	
3	5	2	Carga de instrumentos (si el contrato es sin BackLine)	cantidad de equipos			2	mins*equipo	
3	5	3	Desplazamiento de los instrumentos y equipos de regreso (si el contrato es sin BackLine)	distancia			2	mins*kilometro	
3	5	4	Descarga de instrumentos (si el contrato es sin BackLine)	cantidad de equipos			2	mins*equipo	

Fuente: Elaboración propia

Para el caso del inductor elegido para medir la distancia de los desplazamientos, se ha elaborado una regla de tres en la cual se ingresa un valor de velocidad de viaje estimado (ya sea que el usuario del presente ejercicio decida tomar este valor con base a la hora que se debe realizar el desplazamiento, o simplemente decida realizar un promedio) y este arroja el tiempo en minutos que tarda desplazarse un kilómetro. En la siguiente tabla se puede observar el valor en min/km que tarda la banda en desplazarse por la ciudad de Cali, valor que podrá multiplicarse posteriormente por la distancia que deben recorrer para llegar al lugar de presentación.

Tabla 9: Inductor de Distancia

Regla de tres para el cálculo del inductor distancia			
30	km	60	min
1	km	2	min

Fuente: Elaboración propia

Continuando con la simulación de una presentación en vivo, se procede a ingresar los datos correspondientes a la cantidad de veces que ocurre una actividad incremental, es decir el valor de los inductores.

La cantidad de actividad incremental (Xi) debe estar relacionada con la cantidad de presentaciones que constituyan el objeto de costo, de esta forma si la Banda desea costear, por ejemplo, 3 presentaciones que tiene en el mes, la

actividad incremental refleja las repeticiones que deben hacerse en los respectivos inductores y al momento de multiplicarse por los tiempos calculados (Bi) se obtendrán los tiempos totales por las 3 presentaciones.

De igual forma es importante mencionar que al momento de calcular los costos de la capacidad suministrada (en el presente capítulo) la cantidad de presentaciones realizadas por la banda debe coincidir con la cantidad relacionada en las siguientes tablas como cantidad de actividad incremental (Xi).

Presentaciones al mes	1	veces
-----------------------	---	-------

La siguiente tabla muestra los datos de entrada de la negociación del contrato; la cantidad que se repite un evento incremental (Xi), la medida en que abordan a los recursos y el detalle, que expande la información recolectada de la simulación, es decir; qué causa la variación de tiempo del evento incremental.

Tabla 10: Datos de Entrada Contratación

1			Tiempo que la persona dedica a negociar el contrato	cantidad (Xi)	medida	Detalle
1	1		Recibir solicitud del cliente (si el cliente convoca)			leer solicitud
1	2		Contactar al cliente	2	Medios	facebook y whatsapp
1	3		Programar reunión			fecha y lugar de encuentro con el cliente
1	4		Desplazamiento hasta las instalaciones del cliente	18	kilómetros	Jamundí -Cali CR 66
1	5		Exposición del brochure, tarifas y condiciones de la banda			propuestas y formatos a ofrecer
1	6		Negociación del contrato			establecen precios y condiciones
1	7		Desplazamiento de regreso	18	kilómetros	Cali CR 66-jamundi

Fuente: Elaboración propia

La siguiente tabla muestra los datos de entrada del ensayo; la cantidad de actividad incremental (Xi), la medida en que abordan a los recursos y el detalle, que expande la información recolectada de la simulación, es decir; qué causa la variación de tiempo de la actividad.

Tabla 11: Datos de Entrada Ensayo

DATOS DE ENTRADA ENSAYO					
		Tiempo que dedica el equipo a preparar el show	cantidad (Xi)	medida	detalle
2					
2	1	Contactar a los músicos integrantes de la banda			llamar o escribirles a los músicos
2	2	Programar reunión	3	músicos	guitarrista, vocalista y bajista
2	3	Desplazamiento al lugar de ensayo	21	kilometros	viaje vocalista y viaje bajista
					amplificador guitarra y voz, amplificador bajo, guitarra, bajo, microfono y bateria
2	4	Alistamiento de equipos	6	equipos	elección de lo que se va a ensayar
2	5	Ensayo	10	temas	
2	6	creación del performance (si no hay show estandar)			
2	6 1	Elección del repertorio (si no hay show estandar)	10	temas	elección de lo que se va a ensayar
2	6 2	Arreglos particulares del show (si no hay show estandar)	2	arreglos	un popurrí, tema con saxo
		Análisis del ambiente generado con el repertorio y orden de los temas (si no hay show estandar)	10	temas	listado de orden de los temas
2	6 3				vocalista, guitarrista, bajista y baterista
2	6 4	Escoger vestuario y utileria (si no hay show estandar)	4	musicos	
2	7	Publicidad en redes sociales	3	redes	facebook, instagram, twitter
2	8	Desplazamiento a las instalaciones			
		Desplazamiento músicos (si no está incluido en el contrato)	18	kilometros	jamundí-cali
					guitarra, bajo, amplificador guitarra, amplificador bajo, bombo, tom 1, tom de piso, platos, bases, maletas (microfonos, percusión menor, lineas, repertorio)
2	8 2	Carga de instrumentos y equipos al vehiculo (si el contrato es sin BackLine)	10	equipos	
2	8 3	Desplazamiento de los instrumentos y equipos a las instalaciones del cliente (si el contrato es sin BackLine)	18	kilometros	jamundí-cali
					guitarra, bajo, amplificador guitarra, amplificador bajo, bombo, tom 1, tom de piso, platos, bases, maletas (microfonos, percusión menor, lineas, repertorio)
2	8 4	Descarga de instrumentos y equipos (si el contrato es sin BackLine)	10	equipos	
2	9	Instalación de equipos e instrumentos (si el contrato es sin BackLine)	4	equipos	guitarra, bajo, batería, microfono
2	10	Prueba de sonido	3	canales	guitarra, bajo, voz
2	11	Desplazamiento de regreso (si no está incluido en el contrato)	18	kilometros	cali-jamundí

Fuente: Elaboración propia

La siguiente tabla muestra los datos de entrada de la ejecución del show; la cantidad de actividad incremental (Xi), la medida en que abordan a los recursos y el detalle, que expande la información recolectada de la simulación, es decir; qué causa la variación de tiempo de la actividad.

Tabla 12: Datos de Entrada Show

DATOS DE ENTRADA SHOW						
			Tiempo dedicado a la ejecución del show	cantidad (Xi)	medida	detalle
3						
3	1		Chequeo de indumentaria (Bo)			verificar que se lleva el vestuario acordado en el ensayo
3	2		Desplazamiento a las instalaciones (si no está en el contrato)	18	kilometros	jamundí-cali
3	3		Ejecución del show	10	temas	repertorio elegido
3	4		Desinstalación de equipos e instrumentos (si el contrato es sin BackLine)	4	equipos	guitarra, bajo, batería, microfono
3	5		Desplazamiento de regreso			
3	5	1	Desplazamiento de regreso músicos (si no está incluido en el contrato)	18	kilometros	cali-jamundí
						guitarra, bajo, amplificador guitarra, amplificador bajo, bombo, tom 1, tom de piso, platos, bases, maletas (microfonos, percusión menor, lineas, repertorio)
3	5	2	Carga de instrumentos (si el contrato es sin BackLine)	10	equipos	
3	5	3	Desplazamiento de los instrumentos y equipos de regreso (si el contrato es sin BackLine)	18	kilometros	cali-jamundí
						guitarra, bajo, amplificador guitarra, amplificador bajo, bombo, tom 1, tom de piso, platos, bases, maletas (microfonos, percusión menor, lineas, repertorio)
3	5	4	Descarga de instrumentos (si el contrato es sin BackLine)	10	equipos	

Fuente: Elaboración propia

Teniendo el tiempo estándar de la actividad básica (Bo), el tiempo de los eventos incrementales (Bi), y las cantidades incrementales de cada evento (Xi), se procede a realizar las ecuaciones temporales que permiten obtener los tiempos totales invertidos por actividad. Se suma al tiempo estándar de la actividad básica, la multiplicación del tiempo de cada evento incremental por la cantidad de veces que se repite un evento incremental ($Bo + B1X1 + B2X2 + B3X3... BiXi$).

Es importante tener en cuenta que cuando un evento incremental no es sujeto de variación (es decir que solo tiene un tiempo estándar “Bi”), se utiliza una variable “Xi” Dummy que adquiere valores de “1” en caso de que el evento ocurra y “0” en caso de que el evento no ocurra. Cuando un evento incremental es sujeto de variación, la cantidad de evento incremental (Xi) es una variable discreta o continua. Discreta en caso que sea un número entero y continua en caso que sea un número decimal; por ejemplo, la distancia es una variable que adquiere valores continuos, puesto que fácilmente se pueden recorrer 12.54 o 0.5 kilómetros. Mientras que el número de instrumentos, por ejemplo, si es una variable que adquiere valores discretos puesto que es representada en números enteros como 4, 3, 5, etc.

También puede darse el caso, como se puede notar en las siguientes ecuaciones temporales, en que un evento incremental que es sujeto a variaciones adquiere dos variables “Xi”; una “Xi Dummy” y una “Xi Discreta o Continua”.

- Ecuación temporal: Negociar el contrato

En la siguiente tabla se presentan el tiempo estándar de la actividad básica (Bo), el tiempo de los eventos incrementales, la cantidad de evento incremental (Xi) y el tiempo total en minutos de la actividad “negociar el contrato”.

Tabla 13: Tiempo Invertido en Negociación del Contrato.

NEGOCIACIÓN CONTRATO					
		Tiempo que la persona dedica a concertar el contrato	Tiempo calculado (Bi)	Variable (Xi) discreta	Tiempo Total
1					
1	1	Recibir solicitud del cliente (si el cliente convoca) (Bo)	2		2
1	2	Contactar al cliente	10	2	20
1	3	Programar reunión	5		5
1	4	Desplazamiento hasta las instalaciones del cliente	2	18	36
1	5	Exposición del brochure, tarifas y condiciones de la banda	10		10
1	6	Negociación del contrato	5		5
1	7	Desplazamiento de regreso	2	18	36
TOTAL			34		114

Fuente: Elaboración propia

Para la actividad principal de negociar el contrato se establecen los eventos incrementales que se presentan en la siguiente ecuación temporal.

Negociar el contrato =

$$\beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_1 X_7 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3(X_8) + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6(X_9)$$

$$2 + 10(1) + 10(1) + 5(1) + 2(18)(1) + 10(1) + 5(1) + 2(18)(1) = 114 \text{ minutos}$$

Para lo anterior se toma que el tiempo estándar de la actividad negociar el contrato es el tiempo de la actividad básica (β_0) que corresponde a recibir la solicitud del cliente, siendo este el tiempo mínimo para realizar la actividad.

En el caso de $\beta_1 X_1 + \beta_1 X_7$ que hace referencia al evento incremental “contactar al cliente”, β_1 equivale al tiempo mínimo para contactar al cliente, X_1 y X_7 corresponden a las variables dummy que equivalen a 1 dado que los eventos incrementales ocurren. Para este evento incremental puede ocurrir que

se contacte al cliente por otros medios de comunicación, entonces se adicionará en la ecuación temporal.

Para los eventos incrementales β_2 , β_4 y β_5 , la variable X_i corresponde a una variable dummy. Además para β_3 y β_6 , la variable X_i corresponde a una variable discreta junto con una variable dummy.

- Ecuación temporal: Ensayo

En la siguiente tabla se presentan el tiempo estándar de la actividad básica (B_0), el tiempo de los eventos incrementales, la cantidad de evento incremental (X_i) y el tiempo total en minutos de la actividad “ensayo”.

Tabla 14: Tiempo Invertido En Ensayo.

ENSAYO					
		Tiempo que dedica el equipo a preparar el show	Tiempo calculado (B_i)	Variable (X_i) discreta	Tiempo Total
2					
2	1	Contactar a los músicos integrantes de la banda	4		4
2	2	Programar reunión	2	3	6
2	3	Desplazamiento al lugar de ensayo	2	21	42
2	4	Alistamiento de equipos	2	6	12
2	5	Ensayo	20	10	200
2	6	creación del performance (si no hay show estandar)			
2	6 1	Elección del repertorio (si no hay show estandar)	2	10	20
2	6 2	Arreglos particulares del show (si no hay show estandar)	5	2	10
2	6 3	Análisis del ambiente generado con el repertorio y orden de los temas (si no hay show estandar)	2	10	20
2	6 4	Escoger vestuario y utilería (si no hay show estandar)	10	4	40
2	7	Publicidad en redes sociales	5	3	15
2	8	Desplazamiento a las instalaciones			
2	8 1	Desplazamiento músicos (si no está incluido en el contrato)	2	18	36
2	8 2	Carga de instrumentos y equipos al vehiculo (si el contrato es sin BackLine)	2	10	20
2	8 3	Desplazamiento de los instrumentos y equipos a las instalaciones del cliente (si el contrato es sin BackLine)	2	18	36
2	8 4	Descarga de instrumentos y equipos (si el contrato es sin BackLine)	2	10	20
2	9	Instalación de equipos e instrumentos (si el contrato es sin BackLine)	10	4	40
2	10	Prueba de sonido	10	3	30
2	11	Desplazamiento de regreso (si no está incluido en el contrato)	2	18	36
TOTAL			84		587

Fuente: Elaboración propia

Para la actividad principal “ensayo” se establecen los eventos incrementales que se presentan en la siguiente ecuación temporal.

Ensayo =

$$\beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3(X_{17}) + \beta_4 X_4(X_{18}) + \beta_5 X_5(X_{19}) + \beta_6 X_6(X_{20}) + \beta_7 X_7(X_{21}) + \beta_8 X_8(X_{22}) + \beta_9 X_9(X_{23}) + \beta_{10} X_{10}(X_{24}) + \beta_{11} X_{11}(X_{25}) + \beta_{12} X_{12}(X_{26}) + \beta_{13} X_{13}(X_{27}) + \beta_{14} X_{14}(X_{28}) + \beta_{15} X_{15}(X_{29}) + \beta_{16} X_{16}(X_{30})$$

$$4 + 2(3) + 2(21) + 6(2)(1) + 20(10)(1) + 2(10)(1) + 5(2)(1) + 2(10)(1) + 10(4)(1) + 5(3)(1) + 2(18)(1) + 2(10)(1) + 2(18)(1) + 2(10)(1) + 10(4)(1) + 10(3)(1) + 2(18)(1) = 587 \text{ minutos}$$

Para lo anterior se toma que el tiempo estándar de la actividad “ensayo” es el tiempo de la actividad básica (β_0) que corresponde a contactar a los músicos integrantes de la Banda, siendo este el tiempo mínimo para realizar la actividad.

En el caso de β_1 y β_2 , que corresponden a programar reunión y desplazamiento al lugar de ensayo respectivamente, la variable X_i toma valores discretos únicamente; debido a que son eventos incrementales que deben pasar obligatoriamente. Para el resto de eventos incrementales que no corresponden a desplazamientos, se presenta una variable X_i discreta junto a una variable dummy. En el caso particular de los eventos incrementales que comprometen desplazamientos, la variable X_i corresponde a una variable continua, dado que puede tomar valores decimales.

- Ecuación temporal: Ejecución del Show

En la siguiente tabla se presentan el tiempo estándar de la actividad básica (β_0), el tiempo de los eventos incrementales, la cantidad de evento incremental (X_i) y el tiempo total en minutos de la actividad “Ejecución del show”.

Tabla 15: Tiempo Invertido En Ejecución Del Show

EJECUCIÓN SHOW						
			Tiempo dedicado a la ejecución del show	Tiempo calculado (Bi)	Variable (Xi) discreta	Tiempo Total
3						
3	1		Chequeo de indumentaria (Bo)	2		2
3	2		Desplazamiento a las instalaciones (si no está en el contrato)	2	18	36
3	3		Ejecución del show	5	10	50
3	4		Desinstalación de equipos e instrumentos (si el contrato es sin BackLine)	10	4	40
3	5		Desplazamiento de regreso			
3	5	1	Desplazamiento de regreso músicos (si no está incluido en el contrato)	2	18	36
3	5	2	Carga de instrumentos (si el contrato es sin BackLine)	2	10	20
3	5	3	Desplazamiento de los instrumentos y equipos de regreso (si el contrato es sin BackLine)	2	18	36
3	5	4	Descarga de instrumentos (si el contrato es sin BackLine)	2	10	20
TOTAL				25		240

Fuente: Elaboración propia

Para la actividad principal “ejecución del show” se establecen los eventos incrementales que se presentan en la siguiente ecuación temporal.

Ejecución show =

$$\beta_0 + \beta_1 X_1(X_8) + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4(X_9) + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6(X_{10}) + \beta_7 X_7$$

$$2 + 2(18)(1) + 5(10) + 10(4) + 2(18)(1) + 2(10) + 2(18)(1) + 2(10) = 240 \text{ minutos}$$

8.2. COEFICIENTE DEL COSTO DE CAPACIDAD

El modelo de los costos basados en el tiempo invertido por actividad omite el paso de asignar los costos de los recursos a las actividades antes de asignarlos a los objetos de costo, como en el presente caso a una presentación musical. Usando el tiempo como principal inductor, el modelo TDABC usa ecuaciones temporales que asignan automáticamente los costos de los recursos a los objetos de costo.

Así pues, al tener las ecuaciones temporales definidas, se realiza una simple operación matemática que requiere multiplicar el tiempo invertido por actividad (definido por las ecuaciones temporales) por el coeficiente del costo de capacidad para así obtener el costo total.

Kaplan y Anderson (2008) mencionan que dicho coeficiente es el segundo cálculo que debe realizarse en un modelo de costos TDABC y comprende un numerador que equivale al costo de capacidad suministrada medido en valor monetario (pesos) y que constituye la suma de “todos los costos asociados a un departamento, incluyendo la remuneración de los empleados directos del departamento y de sus supervisores”³⁸. Y un denominador que equivale a la capacidad práctica o volumen práctico de los recursos medido en tiempo (minutos) ya que el trabajo se hace efectivo dependiendo del tiempo disponible que tengan los empleados, en este caso, los integrantes de la banda.

8.2.1. Costo de la Capacidad Suministrada.

En el caso estudio de la banda musical Mulato Blues Band, el costo de la capacidad suministrada corresponde a la sumatoria del costo del personal directo, los insumos, depreciación de equipos, costos indirectos y gastos diversos.

La tabla que se muestra a continuación comprende los costos mencionados anteriormente los cuales tiene relación directa con la cantidad de presentaciones al mes. De esta forma el modelo de costo puede actualizar el coeficiente dependiendo de la cantidad de presentaciones que una banda realice en el mes.

Por otro lado, se presenta el valor de la hora músico que fue tomada al realizar el promedio de los resultados de las encuestas, específicamente en el capítulo 6.1.4 en donde se trata acerca del promedio del valor de la hora músico.

Tabla 16: Costos de una Presentación Artística al Mes

³⁸ KAPLAN Robert S, Anderson Steven R. Costos Basados en el Tiempo Invertido por Actividad. Editorial Edi De SL, 2008. p. 67.

Presentaciones al mes	1	veces	
valor hora musico	50.000	pesos	
COSTOS DE UNA PRESENTACION ARTISTICA AL MES			
PERSONAL			200.000
	Juan Camilo Morcillo	50.000	
	Lina Fernanda Angulo	50.000	
	William Fernando Morcillo	50.000	
	Diego Fernando Zamora	50.000	
INSUMOS			50.000
	ELEMENTOS DE ASEO	5.000	
	ALIMENTACION	38.000	
	UTILES	7.000	
DEPRECIACIONES			9.000
	INSTRUMENTOS	6.000	
	MUEBLES Y ENSERES	2.000	
	EQUIPO DE SONIDO	1.000	
COSTOS INDIRECTOS			50.000
	INGENIERO DE SONIDO	25.000	
	FOTOGRAFO	25.000	
DIVERSOS			13.000
	MATENIMIENTO	5.000	
	TAXIS	8.000	
TOTAL			322.000

Fuente: Elaboración propia

8.2.2. Capacidad Práctica.

“La capacidad práctica puede calcularse de una manera arbitraria o puede estudiarse analíticamente. El planteamiento arbitrario asume que la capacidad práctica es un porcentaje especificado, por ejemplo, el 80 o el 85%, de la capacidad teórica. Es decir, si un empleado puede trabajar normalmente 40 horas a la semana, podría asumirse que la capacidad práctica es de 32 horas a la semana, dejando un 20% del tiempo para descansos, la llegada y la salida, formación, reuniones y el tiempo que pasan los trabajadores hablando de cosas no relacionadas con el trabajo”³⁹

³⁹ KAPLAN Robert S, ANDERSON Steven R. Costos Basados en el Tiempo Invertido por Actividad. Editorial Edi De SL, 2008. p.82

Para hallar la capacidad práctica en la banda musical Mulato Blues Band se tiene en cuenta la información recopilada en las encuestas realizadas específicamente en el capítulo 6.1.3 del presente trabajo y además el detalle de la duración de una presentación musical.

La siguiente tabla muestra la capacidad teórica en horas (producto de la recopilación de información de las encuestas), la capacidad práctica tomada de manera arbitraria como el 80% del resultado anterior, su equivalencia en minutos y los minutos totales por los 4 músicos integrantes de la banda.

Tabla 17: Capacidad Práctica

Capacidad Teórica	Capacidad Práctica				
horas por presentación	horas por presentación	Minutos	músicos	Presentaciones al mes	Total minutos
5,5	4,4	60	4	1	1.056

Fuente: Elaboración propia

Teniendo el costo de la capacidad suministrada (numerador) y la capacidad práctica (denominador), se dividen para obtener el coeficiente de costos de capacidad, el cual se expresa en pesos por minuto.

$$\text{COEFICIENTE} = 322.000 \text{ Pesos} / 1.056 \text{ Minutos}$$

$$\text{COEFICIENTE} = 304,92 \text{ Pesos} / \text{Minuto}$$

8.3. ASIGNACIÓN DE COSTO A LOS TIEMPOS INVERTIDOS POR ACTIVIDAD.

Una vez se tengan los tiempos invertidos por actividad y el coeficiente de costo de capacidad, se procede a calcular los costos por cada subactividades multiplicando los tiempos por el coeficiente.

Tabla 18: Costo de Negociar el Contrato

COSTO NEGOCIAR CONTRATO						
1	Tiempo que la persona dedica a concertar el co			Tiempo total	Coeficiente Costo Capacidad	Costo por proceso
1	1		Recibir solicitud del cliente (si el clien	2	\$ 304,92	\$ 610
1	2		Contactar al cliente	20	\$ 304,92	\$ 6.098
1	3		Programar reunión	5	\$ 304,92	\$ 1.525
1	4		Desplazamiento hasta las instalaciones	36	\$ 304,92	\$ 10.977
1	5		Exposición del brochure, tarifas y cond	10	\$ 304,92	\$ 3.049
1	6		Negociación del contrato	5	\$ 304,92	\$ 1.525
1	7		Desplazamiento de regreso	36	\$ 304,92	\$ 10.977
TOTAL				114	\$ 304,92	\$ 34.761

Fuente: Elaboración propia

Tabla 19: Costo de Ensayo

COSTO ENSAYO						
2	Tiempo que dedica el equipo a preparar el s			Tiempo total	Coeficiente Costo Capacidad	Costo por proceso
2	1		Contactar a los músicos integrantes de la banda	4	\$ 304,92	\$ 1.220
2	2		Programar reunión	6	\$ 304,92	\$ 1.830
2	3		Desplazamiento al lugar de ensayo	42	\$ 304,92	\$ 12.807
2	4		Alistamiento de equipos	12	\$ 304,92	\$ 3.659
2	5		Ensayo	200	\$ 304,92	\$ 60.985
2	6		creación del performance (si no hay show estandar)			
2	6	1	Elección del repertorio (si no hay show estandar)	20	\$ 304,92	\$ 6.098
2	6	2	Arreglos particulares del show (si no hay show estandar)	10	\$ 304,92	\$ 3.049
2	6	3	Análisis del ambiente generado con el repertorio y orden de los temas (si no hay show estandar)	20	\$ 304,92	\$ 6.098
2	6	4	Escoger vestuario y utileria (si no hay show estandar)	40	\$ 304,92	\$ 12.197
2	7		Publicidad en redes sociales	15	\$ 304,92	\$ 4.574
2	8		Desplazamiento a las instalaciones			
2	8	1	Desplazamiento músicos (si no está incluido en el contrato)	36	\$ 304,92	\$ 10.977
2	8	2	Carga de instrumentos y equipos al vehiculo (si el contrato es sin BackLine)	20	\$ 304,92	\$ 6.098
2	8	3	Desplazamiento de los instrumentos y equipos a las instalaciones del cliente (si el contrato es sin BackLine)	36	\$ 304,92	\$ 10.977
2	8	4	Descarga de instrumentos y equipos (si el contrato es sin BackLine)	20	\$ 304,92	\$ 6.098
2	9		Instalación de equipos e instrumentos (si el contrato es sin BackLine)	40	\$ 304,92	\$ 12.197
2	10		Prueba de sonido	30	\$ 304,92	\$ 9.148
2	11		Desplazamiento de regreso (si no está incluido en el contrato)	36	\$ 304,92	\$ 10.977
TOTAL				587	\$ 304,92	\$ 178.991

Fuente: Elaboración propia

Tabla 20: Costo de Ejecución del Show

COSTO SHOW					
		Tiempo dedicado a la ejecución del show	Tiempo total	Coeficiente Costo Capacidad	Costo por proceso
3					
3	1	Chequeo de indumentaria (Bo)	2	\$ 304,92	\$ 610
3	2	Desplazamiento a las instalaciones (si no está en el contrato)	36	\$ 304,92	\$ 10.977
3	3	Ejecución del show	50	\$ 304,92	\$ 15.246
3	4	Desinstalación de equipos e instrumentos (si el contrato es sin BackLine)	40	\$ 304,92	\$ 12.197
3	5	Desplazamiento de regreso			
3	5 1	Desplazamiento de regreso músicos (si no está incluido en el contrato)	36	\$ 304,92	\$ 10.977
3	5 2	Carga de instrumentos (si el contrato es sin BackLine)	20	\$ 304,92	\$ 6.098
3	5 3	Desplazamiento de los instrumentos y equipos de regreso (si el contrato es sin BackLine)	36	\$ 304,92	\$ 10.977
3	5 4	Descarga de instrumentos (si el contrato es sin BackLine)	20	\$ 304,92	\$ 6.098
TOTAL			240	\$ 304,92	\$ 73.182

Fuente: Elaboración propia

8.3.1. Cuadro Resumen.

En la siguiente tabla se presenta a manera de resumen los tiempos, el coeficiente de costo de capacidad y el costo total por cada una de las actividades principales, evidenciando que el costo total por esta presentación costo a la banda Mulato Blues Band es de \$286.930

Tabla 21: Cuadro Resumen

COSTO TOTAL			
ACTIVIDAD	TIEMPO	COEFICIENTE	TOTAL
Contratación	114	\$ 304,92	\$ 34.761
Preparación puesta en escena	587	\$ 304,92	\$ 178.991
Show	240	\$ 304,92	\$ 73.182
TOTAL	941	\$ 304,92	\$ 286.934

Fuente: Elaboración propia

9. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Los resultados obtenidos al aplicar el modelo de costos TDABC en la Banda musical Mulato Blues Band fueron los siguientes:

El tiempo total que invirtió Mulato Blues Band en esta presentación fue de 939 minutos, lo que equivale a 15,65 horas, lo cual equivale a un costo total de \$286.324. Con el coeficiente de costo de capacidad, se puede afirmar que 1 minuto de puesta en escena musical de Mulato Blues Band cuesta alrededor de \$305 pesos.

Por otro lado, al dividir el proceso de puesta en escena en 3 actividades principales se puede notar que la mayor parte del tiempo es dedicada a la preparación del show; el modelo de costos TDABC puede demostrar que preparar el show le cuesta a Mulato Blues Band \$178.991. Pero, también se nota que el proceso de contratación cuesta \$34.761 y que la ejecución del show cuesta \$73.182.

Entonces al comparar el tiempo de la capacidad real con la capacidad práctica que proviene de la información otorgada por la banda, se obtiene la capacidad no usada, la cual refleja el tiempo improductivo que obtiene la Banda Mulato Blues Band durante sus procesos de realización de una presentación en vivo. Lo anterior se muestra detalladamente en la siguiente tabla:

Tabla 22: Capacidad no usada.

CALCULO DE LA CAPACIDAD NO USADA	Tiempo minutos	Tiempo Horas	%	Costo de 1 presentación al mes
Capacidad práctica	1056	17,6	100,00%	\$ 322.000
Capacidad Real	941	15,7	88,9%	\$ 286.934
Capacidad no usada	115	1,92	11,0%	\$ 35.066

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la tabla anterior, la capacidad no usada es de 115 minutos, lo cual equivale a un 11,08% de la capacidad real y que llevado a pesos se obtiene un costo de \$35.070. Esto corresponde a una capacidad excedente o tiempo improductivo que la Banda podría asignarle a otras actividades o presentaciones y no caer en lo que llaman Kaplan y Anderson

entrar en una “espiral de muerte” al rechazar algunos clientes u otras presentaciones ya que no se tienen claro los tiempos y costos.

Así mismo, se realiza una comparación entre el modelo esbozado en el presente trabajo y el tarifario de la USM. De dicha comparación, se evidencia que el modelo de la USM trabaja sobre porcentajes estimados, en cambio el modelo de costos TDABC trabaja sobre el tiempo invertido por actividad. (Es clave entrar a definir que el tarifario de la USM utiliza porcentajes estimados de asignación al costo total del producto de las bandas musicales y en el modelo de costos TDABC se realiza un esquema base que entra a soportar con exactitud el costo de los recursos tangibles utilizados en una presentación en vivo).

Por otro lado, el modelo de la USM contempla la asignación de recursos intangibles y el trabajo de costos TDABC contempla la asignación de recursos tangibles a la presentación en vivo: Se puede afirmar que el modelo realizado en este trabajo de costos TDABC puede complementarse fielmente del tarifario de la USM, permitiendo a las bandas musicales y el resto de usuarios que utilicen el modelo de TDABC para costear su base de recursos tangibles y el tarifario de la USM para asignar los recursos intangibles a su presentación en vivo.

Finalmente cabe anotar que el modelo de la USM no cuenta con las ventajas de exactitud y detalle con la que cuenta el modelo de costos TDABC pues este último usa el tiempo como principal fuente de asignación de costos (lo anterior es relevante porque en este trabajo se soporta en un inductor principal para la asignación de recursos que es el tiempo invertido en cada actividad) y el tarifario de la USM trabaja sobre porcentajes estimados como se mencionó anteriormente, esto permite concluir que las ventajas de usar el tiempo como principal fuente de asignación de costos no son solo mayor certeza en el cálculo sino flexibilidad para este proceso, ya que si existe otra actividad de adición al proceso, logrando conseguir el costo detallado por cada actividad, de igual forma saber cuál es el tiempo de capacidad no usada y el costo de tener esa capacidad no usada en sus actividades.

10. CONCLUSIONES

Aplicar un modelo de costos a una organización es un trabajo que requiere un esquema de información extenso y más aún cuando se trata de diseñar un bosquejo para aplicar un modelo de costos a una banda musical. Recopilando información contextualizada en la ciudad de Santiago de Cali, específicamente en la comunidad Cali Suenan en Vivo, se logra ese esquema que ayuda a moldear de cierta forma los vacíos que se presentan al requerir información de tipo formal en una banda musical.

La informalidad que abarca en el medio conlleva a una serie de consecuencias que dificultan tanto a los mismos artistas que dedican grandes porcentajes de tiempo a la realización de actividades escénicas; como lo son dichas presentaciones en vivo, tanto a la recopilación de información que hemos realizado para la ejecución de un estudio de costos. Un ejemplo de estas consecuencias para los artistas radica en que no se tienen en cuenta los aportes de seguridad social, puesto que no hay ningún vínculo con sus clientes que no sea el contrato de prestación del servicio. Esto se debe a que se carece de una cultura de pago de estos aportes, pues los artistas no lo ven tanto como un aporte a la Salud, Pensión y Riesgos profesionales sino como un pago innecesario que arrojaría menos ganancia al resultado. Por lo tanto se puede concluir que en general en la comunidad musical, se opta por no pagar estos aportes y para las pequeñas agrupaciones son valores que no se toman ni siquiera en cuenta.

También, se pudo notar que una de estas consecuencias producto de la informalidad del medio, es que las bandas musicales y los músicos solistas, no tienen una base concreta sobre la cual construir una tarifa o un precio de venta a sus clientes. Esto ha provocado que en una gran mayoría de veces el precio de venta por presentación se estipule dependiendo del nivel de negociación que tenga el representante de la banda musical, partiendo de un precio de mercado, o en algunos casos; cobrando presentaciones que no cubren la totalidad de los costos en los que se incurrieron para la realización del show.

En el presente trabajo se ha logrado calcular los tiempos reales que requiere la banda Mulato Blues Band para realizar una presentación en vivo, el costo de 1 minuto banda y los costos totales según el tiempo invertido por cada actividad.

El modelo de costos TDABC diseñado para ser aplicado a una banda musical, permitirá fijar esa base sobre la cual una banda musical construya una tarifa que contemple la realidad en cuanto a valoración de los recursos invertidos en

expresiones culturales. Esta base demuestra un costo total que contempla la capacidad de recursos tangibles y el tiempo invertido por todo el proceso de puesta en escena musical, facilitando así fijar un precio de venta mínimo dentro del cual una banda musical puede cubrir el 100% de sus costos y no obtener pérdidas al realizar sus presentaciones. Una vez una banda sepa este costo total del proceso de puesta en escena, podrá asignar los recursos intangibles a dicho costo, ya sea con porcentajes estimados de asignación (como se realiza en el tarifario de la USM) o soportándose en valores de mercado.

11. RECOMENDACIONES

Se debe iniciar haciendo énfasis en que los costos no son tomados en cuenta por parte de la mayoría de los grupos musicales encuestados, debido a su carencia de obligatoriedad, como lo son los aportes a la seguridad social; ya que esto contribuye en gran parte al bienestar del músico.

Por otro lado se debe tener presente que el modelo de costos TDABC arroja un porcentaje de capacidad de tiempo no usado por los integrantes de la banda que es de 11.08%. Es entonces objeto de recomendación utilizar este tiempo improductivo para realizar actividades post-presentación como por ejemplo, subir fotos de la presentación a las redes sociales, entregar tarjetas o demos, realizar publicidad conjunta entre promotor y agrupación, revisar videos para evaluar la presentación realizada, entre otras actividades que podrían ocupar ese porcentaje de capacidad no usada de manera más productiva.

BIBLIOGRAFÍA

- ARCOS Vargas, Andrea. (2008) Industria Musical en Colombia: una aproximación desde los artistas, las disqueras, los medios de comunicación y las organizaciones. Facultad de comunicación y lenguaje, Pontificia Universidad Javeriana. Tesis para el título de comunicación social.
- ASUAGA Carolina, LECUEDER Manon y VIGO Silvia. Las Artes Escénicas y La Teoría General del Costo. XI congreso Internacional de Custos Universidad de la República – Uruguay Noviembre de 2005.
- BEGOÑA Giner Inchausti, La utilidad de la información contable desde la perspectiva del mercado, Revista de contabilidad Vol. 4 # 7 Madrid Enero Junio 200, pág. 21-52
- BRUNO Frey. La Economía del Arte: una visión personal, Colección de estudios económicos. 2000
- CALVI Juan. La Industria de la Música, las nuevas tecnologías digitales e Internet. Algunas transformaciones y salto en la concentración, Artículo Zer # 21 Universidad Rey Juan Carlos de Madrid, Mayo de 2006, pág. 121-137.
- CUERVO, Joaquin. OSORIO, Jair. 2008. Costos basados en actividades ABC. Reimpresión editorial kimpres Ltda. Bogotá Colombia.
- Decreto 2649 de 1993. Reglamento general de contabilidad.
- GÓMEZ Luz Karime Y VICTORIA Claudia Marcela. Propuesta de un modelo de costos ABC Time Driven, para una Institución- caso estudio sin ánimo de lucro dedicada al cuidado infantil entre tres y cinco años de edad: Universidad del Valle. 2013.
- GONZÁLEZ, Patricia. (2013). Valoración del activo Intangible en Empresas MIPYMES de Software. Programa Editorial Universidad del Valle.
- Impacto Económico de las Industrias Culturales en Colombia. Convenio Andrés Bello. Equipo: Economía y Cultura. Edición del convenio Andrés Bello. 2003
- KAPLAN Robert S, ANDERSON Steven R. (2008). Costos Basados en el Tiempo Invertido por Actividad. Editorial Edi De SL, capítulos1-3.

- KAPLAN Robert y NORTON David. The Balanced ScoreCard: Translating Strategy into Action, Harvard Business School Press, Boston, 1992.
- Ley 1493 de Diciembre 26 De 2011. Por el cual se formalizan los espectáculos públicos.
- Ley 23 de Enero 28 De 1982. Sobre la cual se fundamentan los derechos de autor.
- LEY 599 de 2000 (Julio 24) Por la cual se expide el Código Penal Art. 270 Al 272.
- ORTIZ Laurie A, usuarios y necesidades de información. Universidad Carlos III Madrid. 2008
- QUIJANO Olver. Globalización, Economía y Cultura. LÚMINA: Revista de Pensamiento, teoría e Investigación Contable. Facultad de Contaduría Pública, Universidad de Manizales, 9-32. 2004
- SALAZAR Alejandra, LASTRA Catherin, GÓMEZ Juan Carlos. Algunas Relaciones entre Contabilidad y Cultura, Contaduría Universidad de Antioquia, 215-258. 2008.
- SUNDER Shyam, FRANK James L. Teoría de la contabilidad y el control. Escuela de Administración Universidad de Yale. 1997

ANEXOS

Anexo A: Tabulación de las Encuestas.

Banda N.	No. Integrantes Banda	Horas dedicación (Horas mes)	Cosot de la Presentación (Pesos)	Duración presentación (Horas)	Modo de Escoger Tarifa	Hora Musico	Costos de la presentación	Orden de Actividades	Tiempo de Actividad (horas al mes)		
									Ensayos	Publicidad	Pruebas de sonido
	1	2	3	3.1	4	5	5	6	7.1	7.2	7.3
1	4	14	\$ 680.000	3	Por el mercado	\$ 54.000	Vestuario-Musicos-Transporte	Negociaón-Contrato-Ensayo-Vestuario-Puesta en Escena.	25	1	5
2	5	22	\$ 560.000	2	Contratante	\$ 56.000	Musicos-Instrumentos-Transporte	Negociaón-Ensayo-Contrato-Vestuario-Puesta en Escena.	25	2	2
3	4	17	\$ 550.000	2,2	Por el mercado	\$ 60.000	Musicos-Transporte-Sonido	Negociaón-Ensayo-Contrato-Puesta en Escena-Vestuario.	26	2	5
4	3	19	\$ 780.000	2	Contratante	\$ 45.000	Sonido-Musicos-Transporte	Negociaón-Ensayo-Puesta en Escena-Contrato-Vestuario.	26	1	1
5	4	16	\$ 650.000	3	Por el mercado	\$ 50.000	Musicos-Transporte-Utileria	Puesta en Escena-Negociaón-Contrato-Ensayo-Vestuario.	21	1	5
6	5	17	\$ 550.000	3	Por el mercado	\$ 40.000	Musicos-Transporte-Sonido	Negociaón-Ensayo-Contrato-Puesta en Escena-Vestuario.	24	3	1
7	6	18	\$ 800.000	2	Por el mercado	\$ 50.000	Musicos-Transporte-Utileria	Negociaón-Ensayo-Contrato-Puesta en Escena-Vestuario.	29	1	3
8	3	17	\$ 660.000	3	Por el mercado	\$ 50.000	Musicos-Instrumentos-Transporte	Negociaón-Ensayo-Contrato-Puesta en Escena-Vestuario.	30	1	2
9	3	16	\$ 850.000	2	Por el mercado	\$ 50.000	Musicos-Transporte-Utileria	Puesta en Escena-Negociaón-Contrato-Ensayo-Vestuario.	25	1	3
10	5	20	\$ 580.000	3	Por el contratante	\$ 40.000	Vestuario-Musicos-Transporte	Negociaón-Ensayo-Contrato-Vestuario-Puesta en Escena.	26	3	4
11	2	20	\$ 800.000	3	Por el mercado	\$ 50.000	Sonido-Musicos-Transporte	Negociaón-Ensayo-Contrato-Vestuario-Puesta en Escena.	27	1	1
12	3	12	\$ 550.000	2	Por el mercado	\$ 50.000	Musicos-Transporte-Sonido	Negociaón-Ensayo-Contrato-Puesta en Escena-Vestuario.	30	2	4
13	3	18	\$ 650.000	2	Por el mercado	\$ 40.000	Vestuario-Musicos-Transporte	Puesta en Escena-Negociaón-Contrato-Ensayo-Vestuario.	23	1	5
14	6	24	\$ 560.000	2	Por el mercado	\$ 50.000	Musicos-Instrumentos-Transporte	Negociaón-Ensayo-Contrato-Puesta en Escena-Vestuario.	22	3	1
15	2	19	\$ 760.000	2	Por el mercado	\$ 50.000	Vestuario-Musicos-Transporte	Negociaón-Ensayo-Contrato-Puesta en Escena-Vestuario.	26	2	4
16	6	16	\$ 630.000	2	Por el mercado	\$ 52.000	Musicos-Transporte-Utileria	Negociaón-Ensayo-Contrato-Vestuario-Puesta en Escena.	29	3	2
17	3	17	\$ 510.000	3	Por el mercado	\$ 52.000	Musicos-Transporte-Sonido	Negociaón-Ensayo-Contrato-Puesta en Escena-Vestuario.	22	2	4
18	4	19	\$ 850.000	1	Por el mercado	\$ 50.000	Sonido-Musicos-Transporte	Negociaón-Ensayo-Puesta en Escena-Contrato-Vestuario.	21	1	4
19	5	17	\$ 650.000	2,5	Por el mercado	\$ 50.000	Musicos-Instrumentos-Transporte	Negociaón-Ensayo-Contrato-Puesta en Escena-Vestuario.	23	1	1
20	6	16	\$ 700.000	1	Por el mercado	\$ 60.000	Vestuario-Musicos-Transporte	Negociaón-Ensayo-Contrato-Vestuario-Puesta en Escena.	20	3	1
21	6	18	\$ 740.000	1	Por el mercado	\$ 50.000	Musicos-Transporte-Sonido	Puesta en Escena-Negociaón-Contrato-Ensayo-Vestuario.	29	3	4
22	2	19	\$ 780.000	1	Por el mercado	\$ 50.000	Sonido-Musicos-Transporte	Negociaón-Ensayo-Contrato-Vestuario-Puesta en Escena.	26	3	4
23	4	17	\$ 850.000	2	Por el mercado	\$ 50.000	Musicos-Instrumentos-Transporte	Negociaón-Ensayo-Contrato-Puesta en Escena-Vestuario.	28	3	2
24	2	20	\$ 780.000	3	Por el mercado	\$ 55.000	Sonido-Musicos-Transporte	Negociaón-Ensayo-Contrato-Puesta en Escena-Vestuario.	20	3	3
25	5	16	\$ 730.000	3	Por el mercado	\$ 48.000	Musicos-Transporte-Sonido	Negociaón-Ensayo-Contrato-Puesta en Escena-Vestuario.	22	1	5
Promedio	4	18	688.000	2	Por el mercado	50.080	Musicos-Transporte-Sonido	Negociaón-Ensayo-Contrato-Puesta en Escena-Vestuario.	25	2	3

Anexo B: Flujoograma de los procesos de negociar el contrato.



Ecuación temporal = $\beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 \dots + \beta_i X_i$

Negociar el contrato =

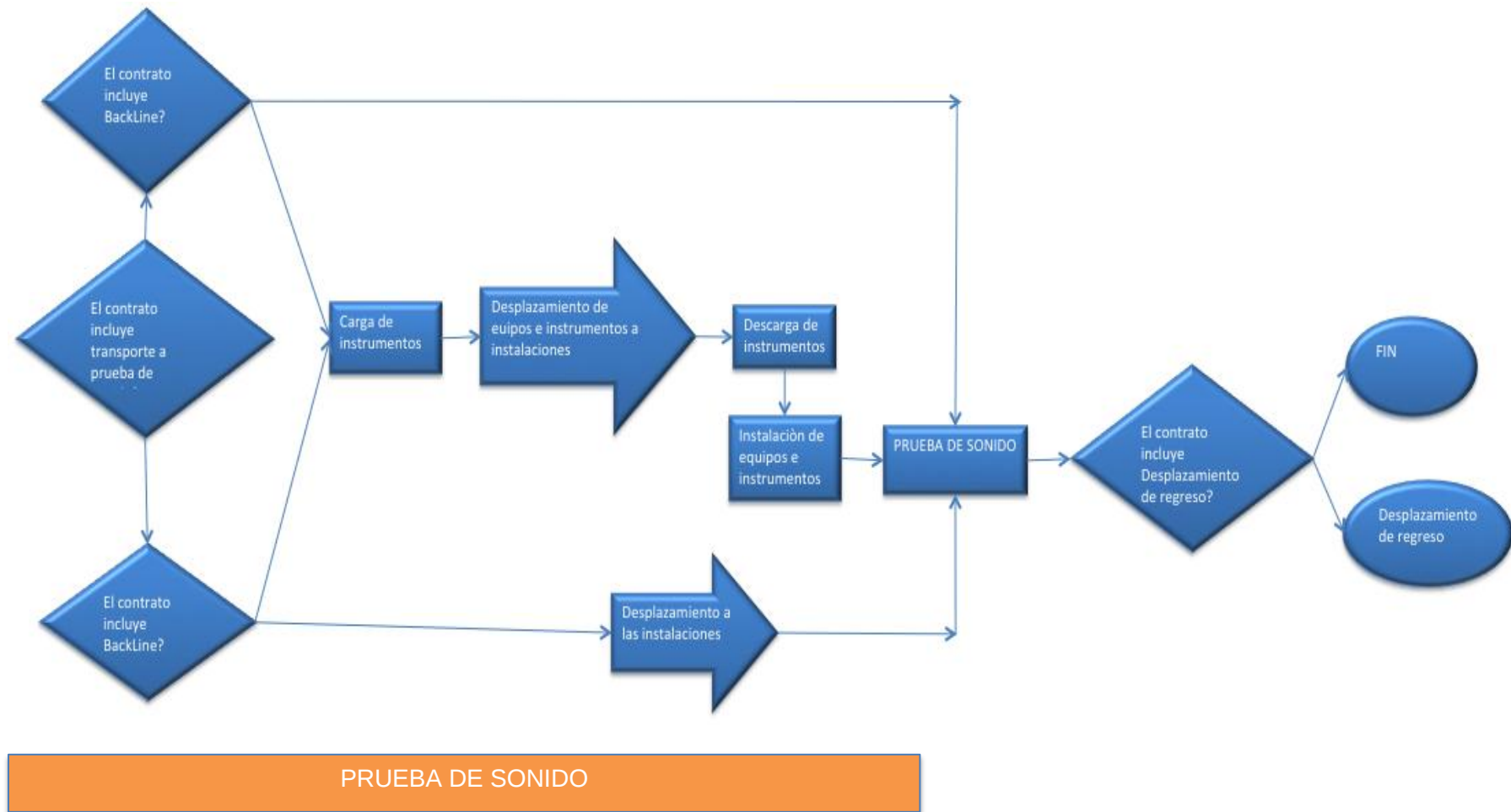
$\beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_1 X_7 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3(X_8) + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6(X_9)$

$2 + 10(1) + 10(1) + 5(1) + 2(18)(1) + 10(1) + 5(1) + 2(18)(1) = 114 \text{ minutos}$

Anexo C: Flujograma de los procesos de Ensayo.



Continúa en la siguiente página

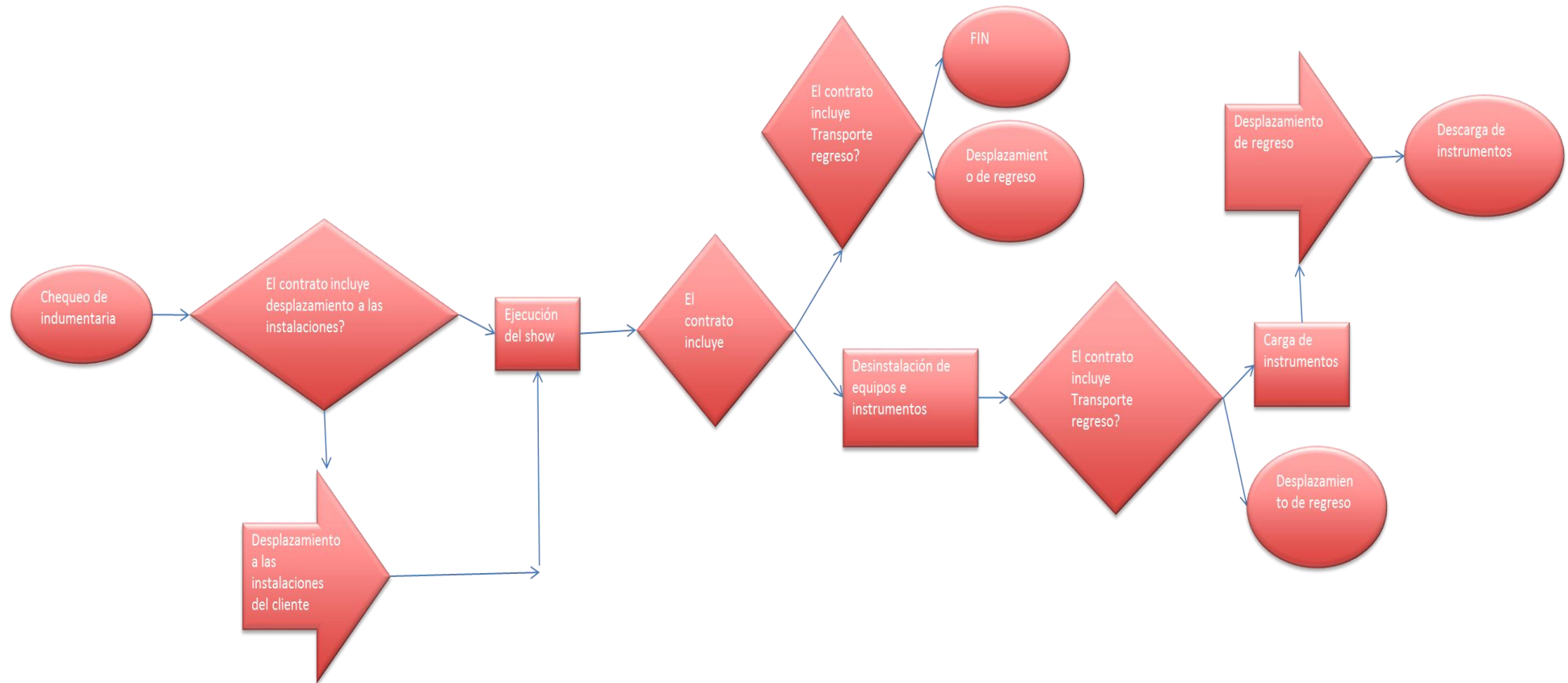


Ecuación temporal = $\beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 \dots + \beta_i X_i$

Ensayo =

- $\beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3(X_{17}) + \beta_4 X_4(X_{18}) + \beta_5 X_5(X_{19}) + \beta_6 X_6(20) + \beta_7 X_7(X_{21}) + \beta_8 X_8(X_{22}) + \beta_9 X_9(X_{23}) + \beta_{10} X_{10}(X_{24}) + \beta_{11} X_{11}(X_{25}) + \beta_{12} X_{12}(X_{26}) + \beta_{13} X_{13}(X_{27}) + \beta_{14} X_{14}(X_{28}) + \beta_{15} X_{15}(X_{29}) + \beta_{16} X_{16}(X_{30})$
- $4 + 2(3) + 2(21) + 6(2)(1) + 20(10)(1) + 2(10)(1) + 5(2)(1) + 2(10)(1) + 10(4)(1) + 5(3)(1) + 2(18)(1) + 2(10)(1) + 2(18)(1) + 2(10)(1) + 10(4)(1) + 10(3)(1) + 2(18)(1) = 587 \text{ minutos}$

Anexo D: Flujograma de los procesos de ejecución del show.



$$\text{Ecuación temporal} = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 \dots + \beta_i X_i$$

$$\text{Ejecución show} = \beta_0 + \beta_1 X_1(X_8) + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4(X_9) + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6(X_{10}) + \beta_7 X_7$$

$$2 + 2(18)(1) + 5(10) + 10(4) + 2(18)(1) + 2(10) + 2(18)(1) + 2(10) = 240 \text{ minutos}$$

Anexo 5. Acta Mulato Blues Band

Noviembre 17 de 2013, Jamundí, Valle del Cauca

Acta #002 Mulato Blues Band

El día de hoy a las 2:10pm se reúnen William, Lina y Camilo. A las 4:16 pm llega Diego.

Orden del día:

1. Resumen de recorrido formativo de Mulato
2. Definición de roles y tareas de cada uno, porcentajes de participación y nómina de cada integrante
3. Fotos
4. Rider técnico
5. Puesta en escena (escoger tema)
6. Ejecución Presupuesto y financiación
7. Diseño del logo
8. EPK

1. Se empieza a hacer un resumen de las capacitaciones

Mulato blues band hace parte de la comunidad Cali suena en vivo, es una unión temporal en colaboración y solidaridad de todas las bandas para la promoción de la música local.

La comunidad pone requisitos para sonar en el festival.

También la participación en el festival se puede hacer en especie, conciertos, servicios profesionales. Camilo se piensa meter en la parte de presupuesto con un porcentaje de participación y toda la banda con toques gratis.

La comunidad va a dar un taller de vocería el 13 de diciembre, Lina asistirá para fortalecer la comunicación en público.

El 8 o 9 diciembre conferencia de ministerio de cultura (solicitar por correo la asistencia a ana).

En resumen queremos cumplir los requisitos que pide la comunidad para hacer parte de la “rosca” que son: -Sencillo musical –EPK –Fotos -reseña

2. Definición de roles:

Según la asesoría de la Chiva Gantiva:

Director: Juan Camilo Morcillo

- Management
- Gestión de eventos y capacitaciones

- Tesorero
- Redes sociales: Facebook
- Músico

Director musical: Lina Fernanda Angulo

- Composición musical
- Gestión de puesta en escena y vestuario
- Organizar los ensayos
- Gestión de eventos
- Redes sociales: Twitter
- músico

Sonidista y trabajo técnico: William Fernando Morcillo

- Técnico en sonido
- Inventario y cuidado de los instrumentos
- Gestión de eventos
- Redes sociales: Instagram
- Músico

Gestor de fotos y videos: Diego Fernando Zamora

- Tomar fotos y videos y mandarlos a Mickey que los filtre y los devuelva para que los monte en youtube.
- Gestión de eventos
- Redes sociales: Youtube
- Músico

Porcentajes de participación:

Se va a dejar un porcentaje de caja para reinversión en los proyectos de la banda, para mantenimiento y reparación de instrumentos y para la ejecución de los planes pactados.

Juan Camilo Morcillo: 15%

Lina Fernanda Angulo: 15%

William Fernando Morcillo: 10%

Diego Fernando Zamora: 10%

Caja: 50% Primero se atiende la grabación del EPK y del sencillo antes de empezar a recibir utilidades.

3. FOTOS: Se debe sacar unas fotos de alta calidad

Propuesta: Algo blusero, trajes y corbatas delgaditas o corbatín. Tirantas. Sombrero negro