

**PROPUESTA DE UN SISTEMA DE COSTOS BAJO LA
METODOLOGIA DE COSTEO ABC PARA LOS PRODUCTOS MÁS
REPRESENTATIVOS EN VENTAS DENTRO DE LA SALA VIP DE
CINEPOLIS LIMONAR SANTIAGO DE CALI**

**ESTE TRABAJO ES PRESENTADA PARA OBTENER EL
TÍTULO DE
CONTADOR PÚBLICO
UNIVERSIDAD DEL VALLE, SANTIAGO DE CALI**

**FAUSTO GERMAN TIPAS PUERRES
2015**

**PROPUESTA DE UN SISTEMA DE COSTOS BAJO LA
METODOLOGIA DE COSTEO ABC PARA LOS PRODUCTOS MAS
REPRESENTATIVOS EN VENTAS DENTRO DE LA SALA VIP DE
CINEPOLIS LIMONAR SANTIAGO DE CALI**

TUTOR: GUILLERMO ALBORNOZ CEBALLOS

**FAUSTO GERMAN TIPAS PUERRES
2015**

Tabla de contenido

1	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.	14
1.1	ANTECEDENTES	14
1.2	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
1.3	INTERROGANTE DE INVESTIGACIÓN	16
1.4	SISTEMATIZACIÓN	17
1.5	JUSTIFICACIÓN	17
2	OBJETIVOS	18
2.1.1	OBJETIVO GENERAL	18
2.1.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	18
3	METODOLOGÍA	18
3.1	TIPO DE ESTUDIO	21
3.2	MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	22
3.3	FUENTES DE INFORMACIÓN	22
3.4	TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.	22
4	MARCOS DE REFERENCIA	24
4.1	MARCO TEÓRICO.....	24
4.1.1	Costeo directo y absorción	25
4.2	MARCO CONCEPTUAL	26
4.2.1	La Contabilidad.....	26
4.2.2	Clasificación de la contabilidad.....	26
4.2.3	Costos	30
4.2.4	Tipos de Costos.....	31
4.2.5	Bases de Costeo:	39
4.2.5.2.1	Estándar:.....	39
4.2.6	Metodología de costeo	39
4.2.7	Elementos del costo de producción	40

4.3 MARCO LEGAL.	41
4.4 MARCO CONTEXTUAL.....	43
4.4.1 Historia CINEPOLIS.	43
4.4.2 Razón social.	44
4.4.3 Misión.	45
4.4.4 Visión.....	46
4.4.5 Valores corporativos.	46
4.4.6 Estructura Organizacional	47
4.4.7 Diagnóstico de la organización	55
5 DESARROLLO DE LA METODOLOGIA DE COSTEO CINEPOLIS VIP- CONFITERIA.	58
5.1 DETERMINACIÓN DE LOS PRODUCTOS A COSTEAR.....	58
5.2 LEVANTAMIENTO DE PROCESOS – ACTIVIDADES	59
5.2.1 Diagrama de bloques.....	65
5.2.2 Diagrama de flujo.....	66
5.2.3 Diagrama geográfico	73
5.3 DETERMINACION DEL COSTO	75
5.3.1 Tablas de entrada (material, personal, costos indirectos de fabricación) 75	
5.3.2 Tablas de operaciones (material, personal, costos indirectos de fabricación) 79	
5.3.3 Tablas de actividades	85
5.3.4 Asignación de costos en la tabla de actividades.....	89
5.3.5 Hoja de costos.....	89
5.3.6 Comparativo trabajo ejecutado versus costos reportados por CINEPOLIS.	90
6 CONCLUSIONES.	93
7 RECOMENDACIONES.	96

8

BIBLIOGRAFIA.

97

9

WEBGRAFIA.

101

NUM	TITULO DE TABLA	Pag
1	diferencias en contabilidad financiera y de costos	24
2	diferencias en sistema de órdenes de pedido y sistema por proceso	32
3	Productos más vendidos en Cinepolis Limonar Vip Cali	52
4	Tabla de actividades con tiempo de ejecución	56
5	Tabla de convención de los símbolos.	59
6	Tabla de entradas materiales directos	68
7	Tabla de entradas materiales indirectos	69
8	Tabla de entradas de personal.	70
9	Tabla de distribución de horas trabajadas.	70
10	Tabla de costos generales de fabricación (servicios Públicos, admiración y seguridad	71
11	Tabla de costos generales de fabricación (Salarios administrativos)	71
12	Tabla de costos generales de fabricación (Depreciación activos fijos)	72
13	Tabla de operaciones, costo materiales directos y costos materiales indirectos.	73
14	Tabla de asignación de costos generales de fabricación prestaciones sociales Personal directo	74
15	Tabla de asignación de costos generales de fabricación prestaciones sociales Personal indirecto	75
16	Tabla de asignación de costos generales de fabricación servicios públicos, seguridad, administración, nomina administrativa y depreciación.	77
17	Tabla de actividades Smothie Mediano de Mango.	79
18	Tabla de actividades hamburguesa de carne.	80
19	Tabla de actividades baguette de pollo	81
20	Tabla de hoja de costos	82
21	Tabla de costo reportado Cinepolis Limonar Vip Cali	83
22	Tabla de costo estudio encontrado	83
23	Tabla de costo y utilidad reportado por Cinepolis Limonar Vip Cali	84

NUMERO	TITULO DE GRAFICOS	PAG
1	Organigrama de Cinepolis Limonar Vip Cali.	49
2	Diagrama de bloques	58
3	Diagrama de flujo de la producción de Smothie	61
4	Presentación de Smothie Chico.	62
5	Presentación de la hamburguesa.	62
6	Diagrama de flujo de la producción de la hamburguesa.	63
7	Diagrama de flujo de la producción del Baguette de pollo.	65
8	Presentación del baguette de pollo	66
9	Diagrama geográfico.	67

Nota de aceptación:

Firma del evaluador

Firma del evaluador

DEDICATORIAS

A mis amados padres, personas incondicionales que nunca terminare de agradecer.

AGRADECIMIENTOS

Primero y como más importante quiero agradecer a mis padres que por su gran esfuerzo pude cursar con éxito esta carrera, ojala los pueda compensar con un poco de orgullo al obtener mi título profesional.

A la universidad del valle, hogar donde toda experiencia vivida será recordada por siempre, a todos los profesores que compartieron sus conocimientos en especial al Profesor Guillermo Albornoz por brindarme su ayuda para la culminación de este trabajo de grado.

RESUMEN

El presente trabajo de grado tiene como objetivo presentar una propuesta de un sistema de costos desde la perspectiva del costeo ABC que permita conocer el costo de los productos que mayor número de ventas tiene de la sala VIP de CINEPOLIS Limonar Cali.

Con respecto a los marcos de referencia se describirá lo relacionado con los costos, tipos de costos, bases de costeo, metodología de costeo y elementos de costeo, también se describirá aspectos importantes de la contabilidad, su definición, antecedentes y clasificación; todo lo anterior hace parte del marco teórico y conceptual. En el marco contextual se encontrará una breve historia del cine a nivel mundial y también sobre la llegada del cine a Colombia, en este marco además se mencionará sobre las principales empresas de la industria cinematográfica en Colombia como son PROCINAL, CINE COLOMBIA, CINEMARK y CINEPOLIS esta última organización es donde se realizará el presente trabajo de grado, dentro del conjunto de CINEPOLIS Limonar VIP de la ciudad de Cali, por tal razón se mencionará una pequeña síntesis de su historia, llegada a Colombia y a la Ciudad de Cali, razón social, misión, visión y valores corporativos, entre otros aspectos.

La metodología que se utilizó para realizar este trabajo de grado se basa en el desarrollo del levantamiento de procesos, realizando diagramas de bloques, de flujo y geográfico. Para poder determinar el costo se realizará diferentes tablas de entradas de materiales directos e indirectos, tablas de operaciones y tablas de costos para finalmente tener la hoja de costos.

Finalmente se presentarán las conclusiones con la diferenciación de los costos encontrados y los costos que maneja la empresa.

INTRODUCCIÓN

Según la revista dinero¹ en uno de sus artículos, los asistentes a las salas de cine cada año son más recurrentes, desde el año 2006 hasta el 2010 los asistentes crecieron en un ritmo promedio del 25% en el 2011 con respecto al 2010 hubo una desaceleración ya que el incremento solo fue del 13% a pesar del crecimiento las cifras de asistente siguen siendo bajas con respecto a otros países con similar número de habitantes, debido a este fenómeno las grandes compañías cinematográficas le apuestan al mercado colombiano por su constante crecimiento, en Colombia existen diferentes compañías cinematográficas como son: CINE COLOMBIA, CINEPOLIS, ROYAL FILMES, CINEMARK, etc. Estas compañías no solo se ven obligadas a estar a la vanguardia tecnológica, además, tienen que estar evolucionando constantemente en los servicios que prestan a sus clientes y lógicamente en la búsqueda de mejorar la rentabilidad en la venta de sus productos².

De acuerdo a lo anterior CINEPOLIS ha ido evolucionando a nivel mundial donde toda su tecnología y servicio siempre están en constante cambio. En Colombia, esta empresa está presente desde 2008 en la ciudad de Bogotá y desde el año 2010 en Santiago de Cali con un servicio único en el país y altamente reconocido en México, este se conoce como CINEPOLIS VIP, esta nueva forma de ver el cine está dirigido a clientes exigentes quienes esperan no solo ver una película sino hacerlo con comodidad, amabilidad, buen servicio y calidad.

Debido a que CINEPOLIS VIP presta este servicio inigualable en la ciudad y en general en Colombia, la organización fija los precios de venta de sus productos no enfatizado en sus costos reales, sino en los altos estándares de los mismos, además, del poder adquisitivo del tipo de cliente al que va dirigido.

En la actualidad el costo de los diferentes productos que se ofrecen en CINEPOLIS VIP se construye desde la sumatoria del valor con que se adquiere cada ingrediente que hace parte del plato, sin tener en cuenta muchos factores importantes que de alguna manera están involucrados en la construcción del producto que llega al cliente y que también se deberían tener en cuenta en el costo final del plato.

¹ Recuperado de: <http://www.dinero.com/negocios/articulo/aumentan-asistentes-cine-colombia/148744>

² Recuperado de: <http://www.elspectador.com/noticias/cultura/cine-colombia-crece-impopularidad-articulo-386516>

Con base en la metodología de costeo ABC, el presente trabajo busca determinar cuál es el valor real del costo, teniendo en cuenta todos los factores involucrados en el producto que el cliente solicita permitiendo hacer un comparativo entre los resultados de este estudio y los costos que maneja la empresa hoy en día, acorde el resultado obtenido se hará un análisis que sirva como referente para tomar decisiones.

Teniendo en cuenta que la metodología que se planea utilizar se basa en determinar el costo de las actividades de producción, la organización tendrá la oportunidad de apreciar su costo por cada actividad de la elaboración de los productos más representativos de la cafetería de la sala VIP de Cinepolis Limonar Cali, aportando sobremanera como herramienta que apalanca la gestión administrativa de la organización.

La organización no ha desarrollado un sistema de costos real, es decir este trabajo se convierte en una base para posibles estudios de costos que se podrían llevar a cabo en la entidad; el sistema de costos actual se basa en la acumulación de la información del costo y en un porcentaje predeterminado del precio de venta, esta estimación es la misma para todos los productos, (32% del precio de venta se estima como meta para el costo de producción).

1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

A continuación se disponen los antecedentes, planteamiento del problema, interrogante de investigación, justificación y objetivos.

1.1 ANTECEDENTES

Es importante entender que CINEPOLIS Limonar para los clientes es un solo cine, pero para la entidad o la organización se dispone como dos negocios distintos, con centros de costos diferentes: CINEPOLIS Limonar tradicional y CINEPOLIS Limonar VIP, dentro de la búsqueda bibliográfica que se realizó para determinar los antecedentes del presente trabajo se encontró los siguientes estudios:

Monografía de grado titulada “Diseño de un sistema de costos aplicando la metodología de costeo ABC en el área de coffee tree y dulcería para CINEPOLIS Limonar de Santiago de Cali 2011”³, (POTES Y SANTANA, 2011). La cual trata lo concerniente al costo del coffee tree de CINEPOLIS Limonar TRADICIONAL bajo la metodología de costo basado en actividades para los productos con mayor número de ventas para esta área; de esta manera este trabajo se convierte en un referente aceptado que permite entender la viabilidad de este proyecto.

Si bien es cierto que la monografía utilizada como antecedente es un referente, cabe aclarar que esta se realizó dentro del cine tradicional mencionado al inicio de este apartado, para el cual su menú principal del servicio de confitería está basado en crispetas, perros calientes, y bebidas; por el contrario el servicio VIP maneja como menú principal distintos tipos de productos como son: las diferentes tipos de crepes, diferentes tipos de baguis, diferentes tipos de smothies y hamburguesas sin dejar lo habitual como lo son las crispetas y bebidas, haciendo el servicio diferente, que requiere mayor elaboración y cuidado, buscando así satisfacer los requerimientos y necesidades de los clientes.

Es importante diferenciar además el tipo de servicio al que está sujeto cada cine, mientras el CINEPOLIS Limonar TRADICIONAL se basa en el auto servicio,

³ POTES, Deverson y SANTANA, Gustavo. Diseño de un sistema de costos aplicando la metodología del costeo ABC en el área del coffee tree y dulcería para Cinopolis Limonar de Santiago de Cali. Trabajo de grado Contador Público. Cali Colombia: Universidad del Valle. Facultad de ciencias de la administración. Programa de Contaduría Pública, 2011. 162 p.

CINEPOLIS Limonar VIP atiende a sus clientes de manera similar a un restaurante, dado que son visitados en su butaca y los productos que requieran son llevados hasta sus asientos.

Es por ello que me permito referenciar a manera de antecedente del presente trabajo la monografía de grado titulada Estudio de Factibilidad para la instalación de un cine en la Guaira ⁴, desarrollada por la estudiante de la Universidad Católica Andrés bello (Caracas – Venezuela) Maríaalexandra Ventura Briceño, esta monografía dentro del desarrollo del plan de negocios destaca la importancia de los costos como herramienta de proyección de un negocio, así como referente de estos para la generación de control.

Este trabajo hace especial énfasis en el buen servicio y lo tiene en cuenta para el desarrollo de su actividad, concepto que empalma con el servicio de las salas CINIPOLIS VIP. Adicional mente se centra en la importancia de la administración de los costos en la empresa.

Por lo mencionado en este apartado el presente trabajo de investigación se inclinara hacia la determinación del costo de algunos de los productos manejados por el servicio VIP de las salas de cine CINEPOLIS Limonar, para ello se presenta a continuación los parámetros de este estudio.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Es esencial la determinación del costo de los productos que se desarrollan dentro de la organización y CINEPOLIS no es la excepción. La entidad para la que laboro desarrolla sus costos con base a las erogaciones e información contable y desde el corporativo administrativo y contable con domicilio en la ciudad de Bogotá quien reporta a la central en México, por lo que para la administración operativa de la entidad CINEPOLIS en la ciudad de Cali la información de los costos se convierte en un dato en informes reportados por la administración central.

La entidad CINEPOLIS Limonar no ha realizado ningún proceso de estudio de costos por parte de la empresa, por tal razón es de mi interés indagar un poco más a fondo el fenómeno de los costos, especialmente en el servicio de la sala VIP pues en la actualidad es un servicio exclusivo en la ciudad de Cali y es la

⁴ VENTURA BRICEÑO, Mariaalexandra. Estudio de Factibilidad para la instalación de un cine en la Guaira Universidad católica Andrés bello Caracas – Venezuela 200.p1- 121.

única empresa que lo oferta, dirigido a clientes exclusivos con un alto nivel de ingresos, donde los altos precios del servicio por contraprestación a la alta calidad y comodidad no son inconvenientes para ellos.

Los costos se han visto relegado, debido a que no se considera un inconveniente para el funcionamiento de la entidad, los precios de los diferentes productos son estipulados de acuerdo al costo contable y dependen del servicio que se ofrece, por ello, existen grandes diferencias entre el precio del servicio general y los precios manejados por la sala VIP, actualmente los costos se determinan como la suma de los insumos requeridos para el producto final, como política la entidad establece un margen meta del costo en el 32% del precio de ventas para todos los productos.

Para CINEPOLIS LIMONAR VIP el costo se calcula como un porcentaje del valor de las ventas, fenómeno que no permite usar este dato como referente para la creación de presupuestos dado que esta información no se crea con base en un estudio riguroso de los costos, dejando relegado el control que podría ejercer la organización a partir de la herramienta presupuestal.

Como consecuencia la empresa podría generar informes errados frente a los costos de la entidad y por tanto información tergiversada frente a las ganancias de la misma.

Con base en lo anteriormente mencionado presento a continuación el interrogante de investigación:

1.3 INTERROGANTE DE INVESTIGACIÓN

¿Cuál es la metodología a aplicar que permita calcular el costo de producción de los tres productos más representativos en las venta: Baguette de pollo, hamburguesa y smothie de mango dentro de la sala VIP de CINEPOLIS Limonar Cali, que permita conocer con precisión el margen de rentabilidad y una toma de decisiones adecuada?

1.4 SISTEMATIZACIÓN

- ¿Cómo se da el proceso para la elaboración de los productos: Baguette de pollo, hamburguesa y smothie de mango dentro de la sala VIP de CINEPOLIS?
- ¿Cuál es el costo según el enfoque del costeo ABC: Baguette de pollo, hamburguesa y smothie de mango tiene para la sala VIP de CINEPOLIS Limonar?
- ¿Cuál es la diferencia entre los costos reportados por este estudio y que variación se genera con los que la empresa actualmente maneja?

1.5 JUSTIFICACIÓN

Este trabajo se convertirá en un referente para los estudiantes que se interesen por la industria cinematográfica en general y en particular para los procesos de confitería que desarrollan las salas de cine, en este caso la determinación del costo de producción de los productos de mayor rotación de la salas VIP de CINEPOLIS LIMONAR Cali.

Conocer la información de los costos permite adecuar la gerencia de los procesos y productos que se ofrecen dentro de una organización, información que me interesa conocer y aplicar dentro de mi función como subgerente de alimentos de CINEPOLIS Limonar Cali, buscando así mejores resultados para la organización, estudiando las actividades que se requieren para la producción de un bien y de esta manera estudiar los procesos desde su hacer, en el entendido que el hacer en la sala VIP comienza desde la orden del cliente hasta el servicio de los pedidos, y entender además así el costo que se genera.

Este trabajo aplicativo de los costos tiene además como horizonte el incentivo dentro de la empresa CINEPOLIS a la búsqueda de la determinación de nuevas metodologías para la organización que permitan encontrar con exactitud el valor de las erogaciones o costos requeridos para el funcionamiento de los servicios de CINEPOLES Limonar Cali.

El presente trabajo de grado se desarrolla con la intención de cumplir con el requisito parcial para la obtención de mi título como contador público, con el propósito de poder desarrollar mi vida profesional en los distintos campos de aplicación de la profesión contable como egresado de la Universidad del Valle. De

esta manera este trabajo me permite fortalecer mis conocimientos en los costos en general y en particular el costo de los productos que ayudo a gerenciar dentro de CINEPOLIS, y me proyecta a mi proceso de formación profesional.

2 OBJETIVOS

A continuación se disponen el objetivo general y los objetivos específicos que guiaran este trabajo aplicativo:

2.1.1 OBJETIVO GENERAL

Presentar una propuesta de un sistema de costos desde la perspectiva del costeo ABC que permita conocer el costo de los productos que mayor número de ventas tiene de la sala VIP: Baguette de pollo, hamburguesa y smothie de mango de CINEPOLIS Limonar Cali, que permita conocer con precisión el margen de rentabilidad y una toma de decisión adecuada.

2.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

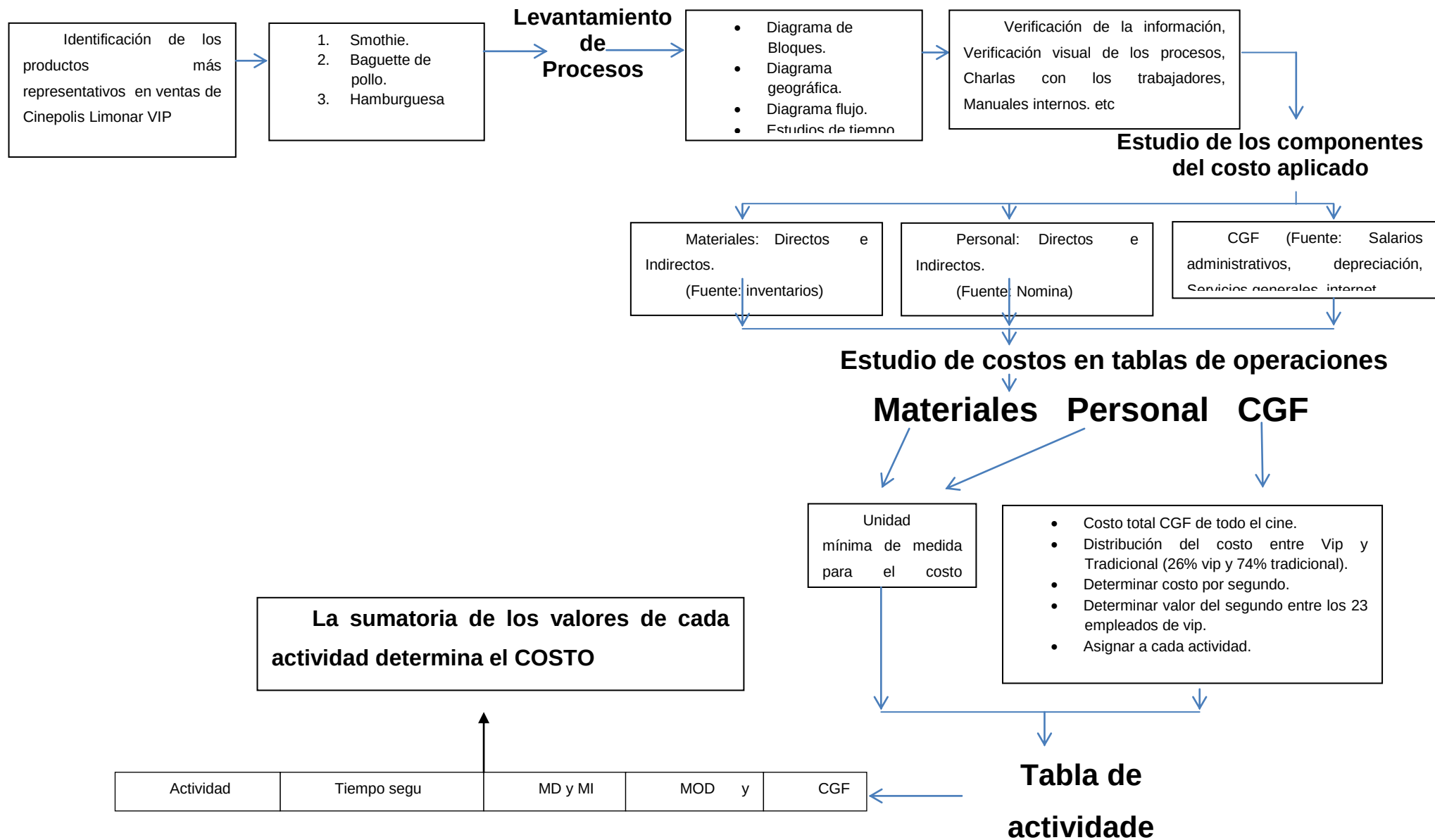
- Identificar a través de la diagramación, los procesos que se desarrollan para la elaboración de los productos que mayor número de ventas tiene para la sala VIP de CINEPOLIS Limonar Cali.
- Estudiar cada uno de los componentes que están relacionados con el proceso productivo de los productos mayor venta: Baguette de pollo, hamburguesa y smothie de mango para la sala VIP de CINEPOLIS Limonar Cali.
- Desarrollar un comparativo entre los costos encontrados desde este estudio versus los costos que la empresa tiene previamente determinados, teniendo en cuenta los elementos del costo.

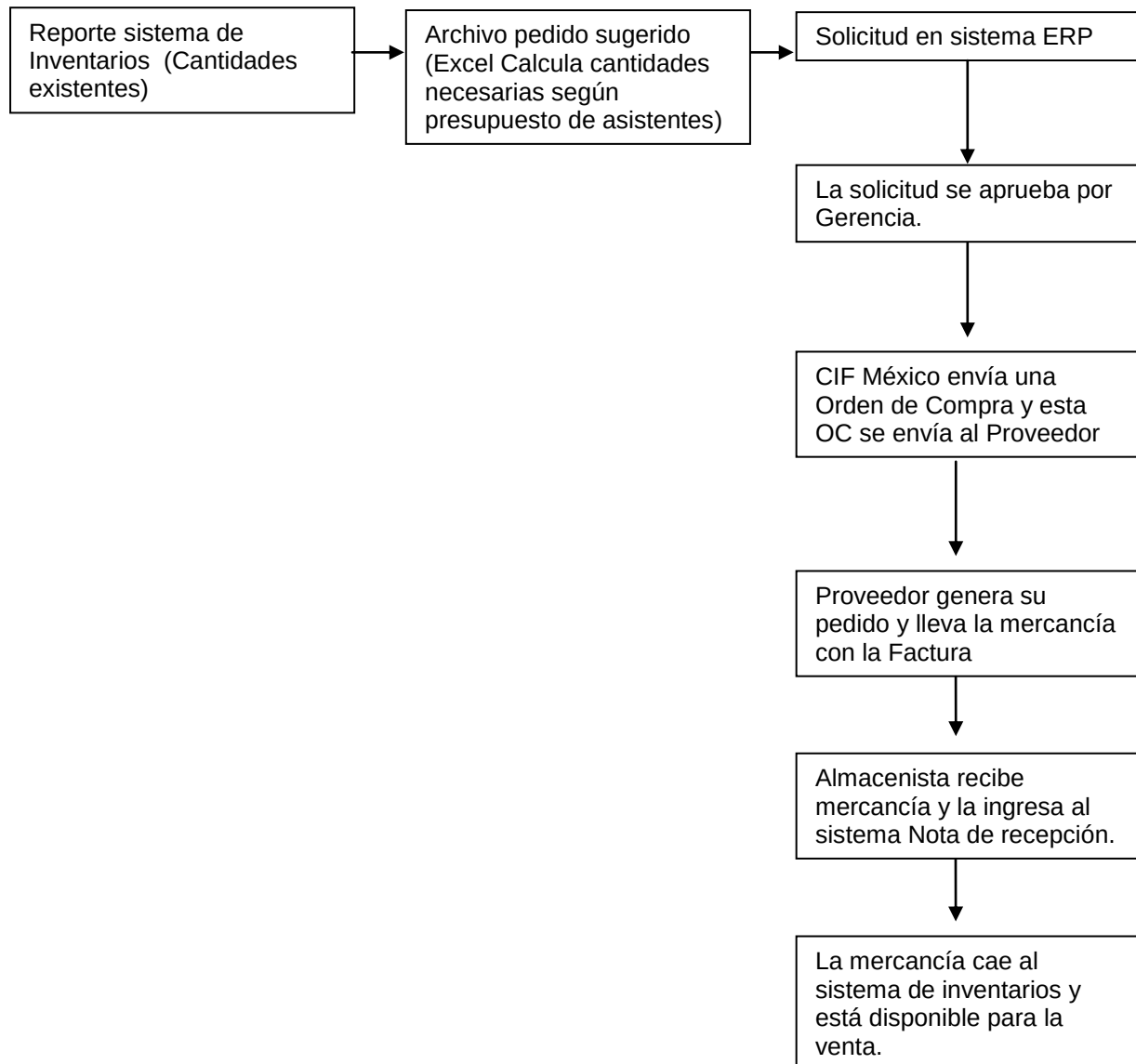
3 METODOLOGÍA

En cuanto el desarrollo del trabajo éste se realizará para los productos alimenticios que mayor número de ventas tienen dentro de la sala VIP de CINEPOLIS Limonar Cali los cuales son: Baguette de pollo, hamburguesa y smothie de mango; para ello inicialmente se llevará un estudio comparativo de tres meses que permita determinar cuáles son los productos de mayor venta dentro de esta área,

posteriormente se diagramaran los procesos de esos productos a través de diagramas de flujo, con base en ellos se desarrollara un estudio de tiempos que permita determinar el tiempo de ejecución del personal para cumplir a cabalidad la culminación del producto hasta la entrega al cliente dentro de alguna de las salas VIP, se determinara el costo unitario de cada producto seleccionado bajo el diseño de un sistema de costos desde la perspectiva de costeo ABC, por último se llevara a cabo un comparativo entre el costo que la organización maneja y el encontrado por este estudio.

A continuación se presenta un esquema conceptual que permite identificar mejor el desarrollo del presente trabajo:





3.1 TIPO DE ESTUDIO

El tipo de estudio es descriptivo dado que este sirve para analizar cómo es y cómo se manifiesta el fenómeno estudiado y sus componentes.

3.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

El método escogido para el desarrollo de este trabajo es el analítico, puesto que se distinguirán los elementos del fenómeno y se procederá a revisar ordenadamente cada uno de ellos por separado. Teniendo en cuenta que este consiste en la extracción de las partes de un todo, con el objeto de estudiarlas y examinarlas por separado, para ver, por ejemplo las relaciones entre las mismas. Estas operaciones no existen independientes una de la otra; el análisis de un objeto se realiza a partir de la relación que existe entre los elementos que conforman dicho objeto como un todo; y a su vez, la síntesis se produce sobre la base de los resultados previos del análisis.

3.3 FUENTES DE INFORMACIÓN

En el presente trabajo se utilizó las siguientes fuentes.

Fuentes primarias:

- Información dispuesta por la organización empresarial CINEPOLIS VIP.
- Entrevista a la señora Mageiny Medina, cargo: Jefe de cocina sala CINEPOLIS VIP.
- Observación directa de tiempos y movimientos de los procesos a costear dentro de la cocina sala CINEPOLIS VIP.
- Entrevista a la señora María García sub-gerente VIP CINEPOLIS Cali.

Fuentes secundarias:

- Textos, Artículos, trabajos, lecturas y otra Información que se pueda recolectar vinculada a los temas del proyecto.
- Páginas de Internet.

3.4 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.

Para el desarrollo de la presente investigación se usaron técnicas como la entrevista, la observación directa, la búsqueda en textos académicos y la información suministrada por la organización objeto de estudio.

4 MARCOS DE REFERENCIA

En este apartado se mencionara lo relacionado con los marcos teórico, conceptual y contextual, como soporte para el desarrollo del presente trabajo.

4.1 MARCO TEÓRICO

Es importante aclarar que el marco teórico, es como su nombre lo indica el referente respecto a las teorías que enmarcan el tema a tratar, en este caso los costos, por tal razón es relevante explicar porque el costo si puede enmarcarse en una teoría como tal.

Para poder concebir una teoría de los costos es oportuno mencionar las escuelas clásicas del estudio contable, como lo son la escuela latina y la escuela anglosajona, por ello a continuación se presenta una breve descripción de las posturas generales de estas escuelas, se tomará como referente lo dispuesto por Roberto Vásquez y Claudia A. Bongianino; Para estos autores la escuela anglosajona "...considera a la contabilidad como una técnica por medio de la cual la información económica de una empresa es tomada en cuenta y presentada a sus usuarios... (además) resuelve los casos que se presentan y para ello establece principios o normas que conduzcan a su resolución práctica, aunque dicho cuerpo de normas no resulte perfectamente articulado"⁵. Por el contrario, la escuela europea continental (escuela latina) "...se inclina por considerar a la contabilidad como una ciencia que estudia a las haciendas y su patrimonio"⁶, incluso se encuentran autores en esta escuela que consideran a la contabilidad como "la ciencia del control económico, como la ciencia de la administración económica de las haciendas y como la ciencia del patrimonio"⁷

Por ello para poder presentar una idea de la teoría de los costos este trabajo se enmarca en los preceptos de la Escuela europea (escuela latina), para la cual la teoría prima sobre la técnica, dejando de lado la visión de la Escuela anglosajona.

De esta manera se presenta a continuación la propuesta de teoría de costos expuesta por el profesor Marcelino Figueira en el congreso internacional de costos

⁵ VÁSQUEZ, Roberto y BONGIANINO, Claudia A. Principios de teoría contable. Buenos Aires.: Aplicación Tributaria S.A, 2008. p. 19. ISBN: 978-987-1487-02-8.

⁶ Ibíd., p.19.

⁷ Ibíd., p.19.

en 1996, cabe resaltar que es el mismo Figueira quien califica su propuesta como una teoría en desarrollo, esta se presenta a continuación:

Teoría económica del costo: “estudia el costo como un fenómeno en sí mismo dentro del ámbito de la ciencia, la Economía, constituyendo por ende conocimiento abstracto que se manifiesta por medio de proposiciones de carácter científico”⁸.

Teoría contable de costos: En ella “se establecen los procedimientos y normas aplicables a la realidad económica de los entes para la determinación del costo, en el marco de la Contabilidad de Costos, técnica científica derivada de la Economía, conocimiento concreto o aplicado que se transmite a través de proposiciones caracterizadas como técnicas”⁹.

Teoría General de Costos: “es el conjunto de enunciados científicos relacionados con el costo como fenómeno económico y de los preceptos técnicos que hacen a su determinación como hecho económico voluntario en la praxis empresarial.”¹⁰.

Con el propósito de ahondar en torno a los costos y teniendo en cuenta lo anteriormente escrito en este apartado, es importante aclarar la postura del costo desde dos perspectivas del costeo directo y costeo absorbente, para ello se menciona cada una de estas perspectivas a continuación:

4.1.1 Costeo directo y absorción

Bajo el costeo de absorción, algunas veces denominado costeo completo o convencional, todos los costos indirectos de fabricación, tanto fijos como variables, se tratan como costos del producto. Bajo el costeo directo únicamente los costos indirectos de fabricación que varían con el volumen se cargan al producto. Esto es, únicamente el costo de los materiales directos, la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación variables se incluyen en el inventario. El concepto

⁸ FIGUEIRA, Marcelino. Integración de Los Conocimientos De Costos, en Contribuciones a la Economía, Julio 2012, p. 19-20 (2012), tomado de: <http://www.eumed.net/ce/2012/mf2.html>.

⁹ Ibíd., p. 19.

¹⁰ Ibíd., p. 20.

de costeo directo considera solamente los costos de los materiales, la mano de obra directa y los costos de fabricación variables como costos del producto¹¹.

Según Polimeni el principal punto de diferencia entre los dos métodos de costeo, radica en el tratamiento de los costos indirectos de fabricación fijos. Los defensores del costeo de absorción sostienen que todos los costos de fabricación bien sean variables o fijos son parte del costo de producción y por tanto deberán incluirse en el cálculo del costo unitario del producto.

4.2 MARCO CONCEPTUAL

A continuación se disponen los conceptos que fundamentan la interpretación y aplicación del método de costeo, estos son de suma importancia, puesto que permiten llevar a cabo aprehensiones e interpretaciones de los aspectos relacionados con los costos.

4.2.1 La Contabilidad

Acorde a las disposiciones expuestas por Sinisterra, “la Contabilidad es un sistema de información integrado a la empresa, cuyas funciones son identificar, medir, clasificar, registrar, interpretar, analizar, evaluar, e informar las operaciones de un ente económico, en forma clara, completa y fidedigna. Su objetivo primordial es proporcionar información financiera de una organización a personas naturales y entes económicos interesados en sus resultados operacionales y situación económica...”¹².

4.2.2 Clasificación de la contabilidad

Existen varios tipos de clasificación de la contabilidad, la primera clasificación de gran importancia, es la que distingue la contabilidad pública de la privada.

¹¹POLIMENI, FABOZZI y ADELBERG. Contabilidad de costos: concepto y aplicaciones para la toma de decisiones gerenciales. México: McGraw-Hill, 1998 p 509-510

¹² SINISTERRA, Gonzalo y Otros. Contabilidad sistema de información para las organizaciones. Bogotá. McGraw- Hill, 1997.p. 2.

4.2.2.1 Contabilidad Pública:

Se entiende por esta como “Una aplicación especializada de la contabilidad que, a partir de propósitos específicos, articula diferentes elementos para satisfacer las necesidades de información y control financiero, económico, social y ambiental, propias de las entidades que desarrollan funciones de cometido estatal, por medio de la utilización y gestión de recursos públicos”¹³.

4.2.2.2 Contabilidad Privada:

La contabilidad privada se ocupa de los registros y transacciones contables que se generan entre particulares, es importante destacar que estos particulares podrán ser personas jurídicas o personas naturales, acorde al tipo de información que se trabaje dentro de cada entidad particular esta podrá clasificarse así:

4.2.2.3 Contabilidad Financiera:

Según lo expuesto por Cuevas la contabilidad financiera proporciona información a la organización relacionada con:

- Los resultados operacionales.
- La posición financiera.
- Los flujos de efectivo.

En términos generales la contabilidad financiera está directamente relacionada con la presentación de estados financieros, enfocados para el uso de agentes externos que requieren de la información¹⁴.

4.2.2.4 Contabilidad Administrativa o Gerencial:

Para Cuevas la contabilidad Gerencial hace referencia a “el proceso de identificación, medición, interpretación y comunicación de la información financiera usada por la gerencia para planear, evaluar y controlar la organización y usar de manera apropiada los recursos”¹⁵.

¹³ Plan general de la contabilidad pública, párrafo 31. Resolución 4444 de 21 de noviembre de 1995.

¹⁴ CUEVAS, Carlos. Contabilidad de costos: enfoque general y de gestión. 3 ed. Colombia: Pearson educación, 2010.p.4.

¹⁵ Ibíd.,p.4.

4.2.2.5 Contabilidad de Costos:

Hay que entender que este tipo de contabilidad desempeña un papel de suma importancia dentro de los estados financieros, en la medida en que los costos de los servicios o productos poseen una importancia significativa en la determinación de los ingresos de cualquier organización, la contabilidad de costos está directamente relacionada con la estimación del costo, los métodos de asignación del costo y la determinación del valor de los costos de bienes y o servicios¹⁶.

4.2.2.6 Contabilidad financiera versus la contabilidad de costos.

Acorde a las disposiciones expuestas por POLIMENI, FABOZZI y ADELBERG, en su texto la Contabilidad de costos: concepto y aplicaciones para la toma de decisiones gerenciales, estos señalan que en términos generales el campo contable se divide en dos grandes áreas, la contabilidad financiera y la contabilidad de costos, la primera se interesa netamente por generar estados financieros enfocados a uso de externos como los inversionistas, acreedores, sindicatos, analistas financieros, agencias gubernamentales, entre otros interesados. Por otra parte la contabilidad de costos está directamente relacionada con la acumulación, análisis de la información de costos para uso interno de la organización, con el propósito de planear, controlar y desarrollar una efectiva toma de decisiones¹⁷.

A continuación se presentan algunas diferencias entre la contabilidad de costos y la contabilidad financiera con base en la información dispuesta en la página web gestiopolis.

Tabla 1: Tabla comparativa contabilidad financiera versus contabilidad de costos

	Contabilidad Financiera	Contabilidad de Costos
Área de actuación	Registra las operaciones que vinculan la empresa con terceros, proveedores, clientes, etc. La contabilidad	Registra las operaciones referidas a la gestión puramente interna de la empresa.

¹⁶ Ibid.,p.4.

¹⁷ POLIMENI, FABOZZI y ADELBERG. Contabilidad de costos: concepto y aplicaciones para la toma de decisiones gerenciales. México: McGraw-Hill, 1998. p. 1.

	Contabilidad Financiera	Contabilidad de Costos
	financiera se refiere al negocio en su totalidad.	
Operatividad del registro	Se exterioriza en ocasión de comprobarse un hecho con actos permutativos, modificación de la ecuación patrimonial en su relación con la entidad o terceros.	Se exterioriza mediante el registro en el momento en que se verifican hechos relacionados con la fabricación de productos desde que son insumos hasta producto terminado.
Objetivo que persigue	Determinar los resultados del ejercicio de toda la empresa en su conjunto y su repercusión en el patrimonio, exponiendo sus variaciones.	Determinar costo total y costo unitario de los productos, procesos, funciones o centros, posibilitan el planeamiento y mejor control de las operaciones.
Criterios en que se funda	Criterios contables seguidos de un período a otro.	Sistema interno de contabilidad de costos, depende de cada empresa e información que necesita.
Destino de la información que produce	Para la dirección, los accionistas y terceros.	Para la dirección exclusivamente.
Tipos de datos que revelan	Produce datos sintéticos o no analizados en todos sus componentes. La información que suministra no es tan rápida. Está dirigida a personas ajenas a la actividad interna de la empresa. Informa con respecto a la situación económica patrimonial de la empresa.	Proporciona datos analíticos, los muestra por producto, procesos, funciones o centros, posteriormente sintetizados pasan a la contabilidad financiera para su registro. La información que produce es más rápida que la patrimonial.
Tipos de cuentas que emplea	Referidas a costos son sintéticas o de control y se llevan al mayor principal.	Exclusivamente de análisis de costos, se llevan a mayores auxiliares, algunos se hallan

	Contabilidad Financiera	Contabilidad de Costos
		chequeados en cuentas del mayor principal.
Calidad de la información	Revela costos globales de carácter histórico.	Costos patrimoniales de carácter histórico y costos estándares o de operación.
Régimen legal	Es obligatoria. De acuerdo a los PCGA	Es facultativa.
Fuente: Gómez, Joselin. Costeo por órdenes específicas. http://www.gestiopolis.com/recursos2/documentos/fulldocs/fin/cosordespec.htm		

Debido a que, el presente trabajo tiene como objetivo principal la determinación del costo de los productos de mayor venta en la sala de Cinopolis VIP, se mostraran a continuación algunos acercamientos a los conceptos, historia, clasificaciones, y elementos que permitirán entender los costos de manera adecuada, y una aplicación e interpretación adecuada de los mismos.

4.2.3 Costos

Para entender el concepto de costos, es oportuno entenderlo desde la perspectiva de la normatividad Colombiana a partir del artículo 39 del decreto reglamentario 2649 de 1993, "...los costos representan erogaciones y cargos asociados clara y directamente con la adquisición o la producción de los bienes o la prestación de los servicios, de los cuales un ente económico obtuvo sus ingresos"¹⁸.

Para tener otro referente, se toma como base lo expuesto por POLIMENI, FABOZZI y ADELBERG quienes definen el costo como "el valor sacrificado para obtener bienes o servicios" así señalan los autores que el sacrificio económico se medirá en pesos a través de la reducción de un activo o un aumento de los pasivos de la organización, al momento de obtener los beneficios, durante la adquisición se incurrirá en un costo que permitirá obtener beneficios económicos a futuro¹⁹.

¹⁸ (PLAN ÚNICO DE CUENTAS PARA COMERCIANTES ARTÍCULO 39 DEL DECRETO REGLAMENTARIO 2649 DE 1993).

¹⁹ POLIMENI, FABOZZI y ADELBERG, Op. Cit., 1989, Pag.1

Para poder conocer más a fondo los aspectos relacionado con los costos se indicara en el siguiente apartado lo relacionado con los antecedentes del tema a tratar, así como algunos referentes históricos de la evolución de los mismos.

4.2.4 Tipos de Costos

A continuación se presenta un listado de los tipos de costos, estos se mencionan con el propósito de ampliar los conocimientos, permitiendo que el amplio conocimiento del tema refuerce el desarrollo del trabajo de campo, cuyo objetivo es determinar el costo de producción de los tres productos más vendidos de la sala Cinepolis VIP

4.2.4.1 Costos relacionados con la producción.

Esta clasificación está directamente relacionada con los elementos que componen el costo, destaca POLIMENI, FABOZZI y ADELBERG, ellos hacen especial hincapié en que esta clasificación está encaminada a la planeación y el control, las categorías que están basadas en torno a la producción son:

4.2.4.1.1 Costos primos:

Que corresponden a la sumatoria del costo directo de la producción, es decir material y personal directo, los costos primos se encuentran relacionados de manera directa con la producción²⁰.

4.2.4.1.2 Costos de conversión:

Estas serán las erogaciones relacionadas con la transformación de la materia prima directa en productos terminados, así los costos de conversión serán la mano de obra directa o personal y los costos indirectos de transformación²¹.

²⁰ Ibíd., p. 14.

²¹ Ibíd., p. 14.

4.2.4.2 Costos relacionados con el volumen de producción.

Los costos deberán cambiar conforme el número de unidades producidas, la evaluación de este aspecto es fundamental para la toma de decisiones dentro de las organizaciones.

4.2.4.2.1 Costos variables:

Serán aquellos costos los cuales cambian en proporción directa a los cambios del volumen de producción ²².

4.2.4.2.2 Costos fijos:

Los costos fijos se mantienen constantes sin tener en cuenta la variación en el número de unidades producidas durante un periodo ²³

4.2.4.3 Capacidad de asociación a los costos.

Los costos podrán considerarse como directos o indirectos dependiendo de la capacidad de la gerencia para asociar los costos a las órdenes o departamentos específicos.

4.2.4.3.1 Costos directos:

Los costos directos son aquellos fácilmente identificables con los bienes o servicios generados²⁴.

4.2.4.3.2 Costos indirectos:

Son los costos comunes a muchos productos, lo que hace difícil su identificación y su costo deberá ser calculado²⁵.

²² Ibíd., p. 15.

²³ Ibíd., p. 17.

²⁴ Ibíd., p. 28.

²⁵ Ibíd., p. 28.

4.2.4.4 Según su área de funcionamiento.

Estos costos se clasifican con base en las actividades realizadas, estos podrán ser: costos de manufactura, mercadeo o financieros.

4.2.4.4.1 Costos de manufactura:

Están relacionado con la producción de un artículo, estos costos serán la acumulación o suma de los costos por material directo, personal directo y costos indirectos de fabricación²⁶.

4.2.4.4.2 Costos de mercadeo:

Son aquellos incurridos en la venta de un producto o servicio²⁷.

4.2.4.4.3 Costos financieros:

Se relacionan con la obtención de recursos en pro de poder desarrollar las actividades de la empresa²⁸.

4.2.4.5 Según el periodo en que se van a cargar los ingresos.

Esto dado que puede suceder que algunos costos se registren primero como activos para posteriormente cargarse como gastos, esta clasificación ayuda a la gerencia a la determinación del ingreso.

4.2.4.5.1 Costos del producto:

Serán aquellos costos directa e indirectamente relacionados con el producto, es decir la acumulación de todos los elementos del costo, es importante entender que estos costos no producirán ningún beneficio si el producto no llegase a ser vendido²⁹

4.2.4.5.2 Costos del periodo:

²⁶ Ibíd., p. 29.

²⁷ Ibíd., p. 29.

²⁸ Ibíd., p. 29.

²⁹ Ibíd., p. 30.

Son aquellos costos que no se encuentran ni directa o indirectamente relacionados con el producto y que por tal razón no son inventariables, los costos del periodo deben ser cancelados inmediatamente debido a que no se puede determinar relación alguna entre el costo y el ingreso³⁰.

4.2.4.6 Con relación a la planeación y el control.

Son aquellos tipos de costo que ayudan a la administración en cuanto la planeación y el control de la organización, y por ende en la toma de decisiones³¹.

4.2.4.6.1 Costos estándares:

Estos serán aquellos que deberían incurrirse en un proceso particular de producción bajo condiciones normales, este se relaciona generalmente con los costos unitarios de la materia prima, la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación³².

4.2.4.6.2 Costos presupuestados:

Serán aquellos proyectados a futuro que brindan una base de pronóstico general, también son utilizados bajo el propósito de la planeación y el control de la organización³³.

4.2.4.7 Otros tipos de costo.

Dentro de esta clasificación involucraremos aquellas categorías de los costos que no tuvieron cabida entre las anteriores clasificaciones.

4.2.4.7.1 Costos controlables y no controlables:

Los controlables serán aquellos sobre los cuales la gerencia de una organización podrá ejercer influencia directa en un periodo determinado, los costos no

³⁰ Ibid., p. 30.

³¹ Ibid., p. 30.

³² Ibid., p. 30.

³³ Ibid., p. 31.

controlables serán aquellos que no pueden estar directamente administrados, contrario a los controlables³⁴.

4.2.4.7.2 Costos relevantes y costos irrelevantes:

Los costos relevantes serán aquellos costos futuros esperados que pueden eliminarse si se cambia o suspende una actividad; los costos irrelevantes son aquellos que no pueden ser afectados por las acciones de la gerencia³⁵.

4.2.4.7.3 Costos de oportunidad:

El sacrificio que se realiza para tener la posibilidad de experimentar nuevas alternativas³⁶.

4.2.4.8 Sistema de costos

Los sistemas de costeo son “el conjunto de elementos de costeo interrelacionados para obtener un mismo fin, que para el caso concreto respecto a los costos sería determinar y calcular el costo de producir un bien o de ofrecer un servicio³⁷ Estos se tratan desde dos perspectivas:

- Unidad de producción (ordenes de producción)
- Modalidad de producción (procesos)

Tipos de sistemas de costos.

4.2.4.9 Sistema de costos por orden de producción:

Se establece este sistema cuando “...la producción tiene un carácter interrumpido, lotificado, diversificado, que responda a órdenes e instrucciones concretas y específicas de producir uno o varios artículos o un conjunto similar de los mismos”³⁸

³⁴ Ibíd., p. 31.

³⁵ Ibíd., p. 31.

³⁶ Ibíd., p. 31.

³⁷ ANGEL URUEÑA, Carlos Alberto. Universidad del Valle. Facultad de Ciencias de la Administración. Santiago de Cali, Colombia. Notas de clase para el curso de procesos de costos II, 2010.

³⁸ GARCÍA COLÍN, Juan. Contabilidad de costos. 2 ed. México: McGraw-Hill, 2001. p. 116.

4.2.4.10 Sistema de costos por procesos:

Se establece este sistema "...cuando la producción se desarrolla en forma continua e ininterrumpida, mediante una afluencia constante de materiales a los procesos transformativos la mano factura genera grandes volúmenes de productos similares, a través de una serie de etapas de producción llamadas procesos"³⁹.

A continuación se muestra un cuadro que permite diferenciar el sistema por órdenes y por procesos con base en las anotaciones del docente nombrado de la Universidad del Valle Carlos Ángel

Tabla 2: diferencias entre sistemas de órdenes de pedido y sistemas por procesos.

ORDENES DE PEDIDO	POR PROCESO
Acumula los costos por cada orden. Utiliza una sola cuenta de productos en proceso.	Acumula los costos por cada proceso. Utiliza una cuenta de producción en proceso para cada proceso.
La unidad de costeo es la orden de pedido.	La unidad de costeo es el proceso o departamento.
Es conveniente para aquellas empresas cuya producción se hace atendiendo un pedido de un cliente o una orden de producción determinada. La producción se hace por un lote (un numero definido de ellos), Empresas metalmecánicas, ebanistería, calzado, restaurantes, tipografías, construcción, confección.	Es particularmente conveniente para las empresas que usan tecnologías de producción continua. Ejemplo: Producción de papel, refinerías de petróleo, procesos químicos (producción ácidos sulfúrico, amoníacos y muchos petroquímicos), licoreras, textileras automatizadas.
El cliente determina las características del producto, es decir, calidad, cantidad, formas, etc.	Un cliente individualmente tomado no condiciona las características de los productos, aunque el producto si se hace atendiendo sus necesidades.

³⁹ Ibíd., p. 116

ORDENES DE PEDIDO	POR PROCESO
Los tres elementos del costo (MPD, MOD, CIF) son acumulados alrededor de la orden de pedido (o de producción), sin importar que estos empiecen y/o terminen antes y/o después del período contable de la empresa.	Los tres elementos del costo (MPD, MOD, CIF), son acumulados alrededor de un departamento, proceso o centro de costos para cada período con el fin de asignarlos a medida que van pasando por esos departamentos.
Por tratarse de una producción intermitente y heterogénea y por ser el pedido una unidad para acumular los costos tan estrechos y no coincidir con el período contable, los CIF deben aplicarse a las diferentes órdenes usando tasas predeterminadas o sistemas de ponderación tomando como base de asignación las unidades del pedido, las HMOD, etc., y así poder valorar los productos de la orden de pedido.	Se trata de una producción permanente y homogénea y como en un período todas las unidades que se inician en un proceso, no se alcanzan a terminar, es necesario para la asignación de los costos incurridos, dar a esas unidades en proceso, alguna equivalencia acorde a su grado de elaboración en que se halla. Al final del proceso se suman para determinar por elementos del costo, las unidades equivalentes completas para el cálculo del costo unitario de producción.
Fuente: ANGEL URUEÑA, Carlos Alberto. Universidad del Valle. Facultad de Ciencias de la Administración. Santiago de Cali, Colombia. Notas de clase para el curso de procesos de costos II, 2010.	

4.2.4.11 Costos ABC:

Los sistemas de costeo basados en actividades parten de la premisa “las actividades se desarrollan para producir un determinado producto o servicios”⁴⁰, así la información que proporciona esta metodología da una vista inter funcional e integrada de la organización, incluyendo así las actividades y los procesos del negocio, esta metodología permite realizar un seguimiento detallado del flujo de las actividades.

⁴⁰ E, Henry. ESPINOZA, Tucto.costos ABC, GRUPO HECTUES, Recuperado de: <http://es.slideshare.net/guestc562b9/costos-abc-por-henry-e-tuctoespinoza>

Este sistema de costos contemporáneo se desarrolla como una herramienta practica para resolver problemas que se suscitan en la mayoría de las empresas actuales, los sistemas de costos tradicionales se desarrollan primordialmente para suplir la función de la valoración de los inventarios, es decir en pro de satisfacer las necesidades externas (acreedores, inversionistas...), sin embargo el enfoque tradicional presenta muchas dificultades cuando de gestión interna se trata.

A continuación se muestra algunas diferencias entre el costeo ABC y el costeo tradicional.

Costeo tradicional	Costeo integral
Divide los gastos de la empresa en costos de fabricación, los cuales se llevan a los productos como gastos del periodo (administración y ventas)	Los costos de la administración y ventas son llevados a los productos
Se utiliza un criterio de asignación de cif	Los gastos de los centros de costos son llevados a las actividades de los departamentos, los cuales se asocian a los productos
Facilita una visión departamental de los costos de la empresa, dificultando así las acciones de disminución de costos	Facilita la visión del costo a través de las actividades.
El producto consume el costo	Las actividades consumen el costo
Se preocupa por la valorización de los procesos productivos	Se preocupa por la valorización de todas las áreas de la organización
Elaboración propia con base en el texto costos ABC, Recuperado de: http://es.slideshare.net/guestc562b9/costos-abc-por-henry-e-tuctoespinoza	

4.2.5 Bases de Costeo:

Estas serán aquellas que se encuentran determinadas según el tiempo en el que se estiman los costos, podrán ser históricos o presupuestales.

4.2.5.1 Costos Históricos o Reales:

“Son aquellos que se determinan con posterioridad a la conclusión del periodo de costos”⁴¹

4.2.5.2 Costos Presupuestados:

“Estos costos se determinan con anterioridad al periodo de costos o durante el transcurso del mismo”⁴². Estos pueden clasificarse a su vez en costos estimados y costos estándar.

4.2.5.2.1 Estándar:

“Son costos predeterminados que indican lo que, según la empresa, debe costar o la operación de un proceso durante un periodo de costos, sobre la base de ciertas condiciones de eficiencia, condiciones económicas y otros factores propios de la misma”⁴³.

4.2.5.2.2 Estimado:

“Son costos estimados cuyo cálculo es un tanto general y poco profundo, se basa en experiencias que las empresas tienen de periodos anteriores...”⁴⁴.

4.2.6 Metodología de costeo

En el entendido que una metodología nos da el paso a paso para desarrollar una labor, también enmarca ciertos lineamientos que limitan el desarrollo del trabajo a algunas condiciones específicas de esta forma podemos decir que los dos tipos de metodologías de costeo son:

- Costeo tradicional.
- Costeo integral.

Estos se explican a continuación:

⁴¹ Ibíd., p. 122.

⁴² Ibíd., p. 122.

⁴³ Ibíd., p. 122.

⁴⁴ Ibíd., p. 122.

4.2.6.1 Costeo Tradicional:

Con esta metodología “asume que el costo de producción está integrado por materiales directos el costo de trabajo indirecto y los gastos directos de producción, sin aplicarle su costo de distribución (gasto de venta), ni sus costos administrativos y financieros que le corresponde...”⁴⁵.

4.2.6.2 Costeo Integral:

“este se conoce como el auténtico costo absorbente, porque los costos de administración y financiación son aplicados a los costos de producción y distribución con base lógicamente usadas, que son sólidas, para finalmente aplicarle al costo de producción el de administración y así obtener el costo integral conjunto”⁴⁶.

4.2.7 Elementos del costo de producción

Estos serán los elementos que permiten analizar por separado el costo de producción, los tres elementos de producción son : los materiales, el personal y los costos indirectos de fabricación.

4.2.7.1 Material:

Este componente abarcara “...los materiales físicos que comprenden el producto o aquellos que, incluso sin estar en el producto, se necesitan para realizar el proceso productivo (...) estos materiales se identifican con mucha facilidad y tienen un valor relevante en la contabilización...”⁴⁷. El autor además indica o hace relación al concepto de materia prima indirecta y lo resalta de la siguiente manera “...los materiales involucrados en la fabricación de un producto y no se identifican con facilidad con este”.

⁴⁵ DEL RIO GONZALEZ, Cristóbal, CRISTOBAL DEL RIO SANCHEZ, Cristóbal. Costos para administradores y dirigentes. 2 ed. México D.F: Thompson, 2004. p. III-13

⁴⁶ Ibíd., p.III-13

⁴⁷ TORRES SALINAS, Aldo. Contabilidad de costos: análisis para la toma de decisiones. 3 ed. México: McGraw-Hill, 2010. p. 28.

4.2.7.2 Personal – Mano de Obra:

Este componente es entendido como “el costo del tiempo que los trabajadores invierten en el proceso productivo y que debe ser cargado a los productos”⁴⁸. La mano de obra indirecta se refiere a “todo el tiempo que se invierte para mantener en funcionamiento la planta productiva, pero que no se relaciona directamente con el producto”, según lo dispuesto por el autor.

4.2.7.3 Costos Indirectos de Fabricación (CIF):

“Los costos indirectos a diferencia de los anteriores, no se pueden contabilizar de forma individual en relación con el costo de los productos, pues incluye todos los gastos que se realizan para mantener en operación una planta productiva. En otras palabras incluye todos los costos que no son materia prima directa y mano de obra directa”⁴⁹.

4.3 MARCO LEGAL.

En este apartado se relacionara la normatividad vigente para los cines en Colombia, cabe aclarar que la siguiente información fue tomada de proimagenes Colombia entidad encargada de la supervisión de los cines⁵⁰:

LEY DE CINE

Temas: Estrategia nacional hacia el cine, Fondo para el Desarrollo Cinematográfico, incentivos tributarios, cuota de pantalla, sanciones.

Las normas por las cuales se establecen para el fomento de la actividad cinematográfica en Colombia, están contenidas en la LEY 814 del 2003 decretadas por el congreso de Colombia

FONDO PARA EL DESARROLLO CINEMATOGRAFICO (FDC); CUOTA PARA EL DESARROLLO CINEMATOGRAFICO (CDC)

⁴⁸ Ibíd., p.29.

⁴⁹ Ibíd., p.28.

⁵⁰ Recuperado: http://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine_colombiano/legislacion/legislacion.php

Temas: Pago, recaudo y destinación de la Cuota para el Desarrollo Cinematográfico (CDC); Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC); tarifas CDC; dirección, administración y destino del FDC; beneficios por exhibición de cortometrajes nacionales; consecuencias de la falta de pago.

- LEY 814 DE 2003, Ley de Cine.
- DECRETO 352 DE 2004, Reglamentación de actividades cinematográficas.
- DECRETO 763 DE 2009, Patrimonio Cultural de la Nación, asuntos cinematográficos.
- DECRETO 120 DE 2014, restricciones por incumplimiento de normas sobre cortos.

OTROS INSTRUMENTOS TRIBUTARIOS Y ADUANEROS PARA LA CADENA CINEMATOGRAFICA

Temas: Instrumentos tributarios diferentes a la Ley de Cine; Exportación de servicios sin IVA; impuestos a la boleta de cine; incentivos a la conservación de material fílmico; mecanismos de facilitación aduanera; entrega urgente de materiales.

- DECRETO 2223 DE 2013, Servicios cinematográficos exentos de IVA.
- DECRETO 358 DE 2000, Reglamentación General de actividades cinematográficas; deducción tributaria por conservar películas de interés cultural.
- LEY 6 DE 1992; LEY 181 DE 1995, Exenciones de impuestos a la boleta de cine.
- ESTATUTO TRIBUTARIO, Exención de IVA a la boleta de cine.
- DECRETO 2685 DE 1999, Importación de elementos cinematográficos.
- RESOLUCIÓN 4240 DE 2000 (DIAN), Importación de elementos cinematográficos; entregas urgentes.

PRECIO DE LA BOLETA DE CINE

Temas: Libertad de precios.

- DECRETO 183 DE 1988, Libertad de precios de admisión a las salas de cine.

ATRIBUCIONES MINISTERIO DE CULTURA – DIRECCIÓN DE CINEMATOGRAFÍA - FONDO MIXTO DE PROMOCIÓN CINEMATOGRAFICA “PROIMÁGENES COLOMBIA”

Temas: Funciones del Ministerio de Cultura- Dirección de Cinematografía; creación del Fondo Mixto de Promoción Cinematográfica “Proimágenes Colombia”; traspaso de bienes de la Compañía de Fomento Cinematográfico (Focine).

- LEY 814 DE 2003, Ley de Cine.
- DECRETO LEY 1746 DE 2003, Objetivos y estructura del Ministerio de Cultura- Dirección de Cinematografía.
- DECRETO 358 DE 2000, Reglamentación general de actividades cinematográficas.
- DECRETO 763 DE 2009, Seguimiento de actividades cinematográficas.
- DECRETO 1130 DE 1999, Traspaso de funciones al Ministerio de Cultura.
- RESOLUCIÓN 1708 DE 2009, Competencias Ministerio de Cultura; delegaciones.
- LEY 397 DE 1997, Ley de Cultura.
- DECRETO 869 DE 1999, Traspaso de bienes de la Compañía de Fomento Cinematográfico (Focine).

4.4 MARCO CONTEXTUAL

4.4.1 Historia CINEPOLIS.

CINEPOLIS es una empresa que a pesar del poco tiempo que lleva en la ciudad de Santiago de Cali se ha convertido en un fuerte competidor por su buen servicio

y constante innovación, prueba de ello es un breve resumen del crecimiento de Cinepolis desde su fundación el cual se menciona a continuación:

“Nuestra historia inicia cuando el licenciado Eriquez Ramirez Miguel funda organización Ramirez en 1971, iniciando operaciones con la apertura del cine La Raza en la ciudad de Mexico. En 1972 surgen los cinemas Gemelos y para 1973 comienza nuestra expansión con el concepto de Multicinas. En 1994 nace la marca Cinepolis con nuestras primeras salas tipo multiplex, y, en 1999 creamos el concepto de cinepolis VIP. Para el año 2008 creamos Xtreme Cinemas. En 2011 generamos Cinepolis Luxury Cinemas en los Estados Unidos

Cinépolis® ha introducido conceptos innovadores para la industria de la exhibición, como los primeros multicines (Multicinas®), la primer concepto de un cine de lujo (Cinépolis VIP™), la asociación con IMAX® convirtió en Cinépolis IMAX®, recientemente el primer concepto de edutainment con Cinema Park®, pantallas XE® Macro y pantallas 4DXTM. Cinépolis® ha innovado en el diseño de salas de cine con asientos de estadio, de doble brazo, macro-pantallas. En las ventas que ha innovado con la lealtad tarjeta del Club Cinépolis®, la venta de entradas por Internet o teléfono móvil a través de www.cinepolis.com, pagos de tarjetas de crédito y débito. Por último, pero no menos importante, se ha innovado con una amplia variedad de productos alimenticios, a partir de las palomitas de maíz sabor a mantequilla y Baguis”⁵¹

4.4.2 Razón social.

CINEPOLIS es el nombre comercial de la organización cuya razón social varía según el país donde funciona, en Colombia está registrada como OPERADORA COLOMBIANA DE CINES S.A. a continuación se menciona una breve ficha técnica de la gran organización que es CINEPOLIS:

- A nivel mundial CINEPOLIS ocupa el 4 puesto entre las más grandes industrias cinematográficas, en el mercado mexicano ocupa 65,76% del total de los clientes,
- tiene presencia en 181 ciudades en todo el mundo. En América del Sur hay 71 salas de cine con 524 pantallas,

⁵¹ Recuperado de: www.cinepoliscorporativo.mx

- En Colombia existen 5 salas de cine con 40 pantallas que pertenecen a Cinépolis tradicional y 1 cine con 3 pantallas que pertenece a Cinépolis VIP.
- Las líneas de negocios de la organización son 3; primera es la exposición y/o proyección de películas en las salas de cine, la segunda es la venta de alimentos y bebidas y la tercera es venta de anuncios en las pantallas.
- Las marcas registradas con la organización son las siguientes y todas son prueba del gran éxito que tiene la compañía; CINEPOLIS, CINEPOLIS VIP, CINEPOLIS LUXURI CINEMAS, CINEPOLIS PLUS, CINEPOLIS IMAX, 4DX, MACRO XE, SALA JUNIOR DE CINEPOLIS, CINE HOYTS, XTREME CINEMAS y CINEMA MARK. Las unidades de negocio de venta de bebidas y alimentos en todas sus marcas pueden catalogarse de la siguiente forma:
 - Dulcería Dulcópolis
 - Cinecafé
 - Coffee Tree
 - Spyral Icecreams
 - Baguis
 - Sushi and Bar.

En estas anteriores unidades de negocio se manejan como productos principales: crispetas, nachos, hot dog, Coca Cola, candy, chocolates, Icee, crepes, cakes, smoothies, frappes, coffee, tea, baguies, croissants, sushi y bar.

En cuanto a reconocimiento no se puede dejar de mencionar que, Top Companies y Expansión ha reconocido a CINEPOLIS por 7 años consecutivos como una "Super Company", destacando las prácticas culturales y el entorno de trabajo.

4.4.3 Misión.

“Ser la mejor opción de entretenimiento fortaleciendo nuestro liderazgo en la industria cinematográfica a nivel internacional, ofreciendo diversión, innovación y un servicio”⁵²

4.4.4 Visión.

El cine tiene como visión “Iluminamos la película de tu vida con sonrisas y momentos inolvidables”⁵³

4.4.5 Valores corporativos.

- Pasión por los resultados: me entrego a mi trabajo en búsqueda de la excelencia para el cumplimiento de los objetivos comunes⁵⁴.
 - a) cumplo mis metas,
 - b) doy seguimiento a mis compromisos y
 - c) busco la mejora continua.
- Compromiso: doy lo mejor de mí a la empresa a mi equipo de trabajo y a la comunidad⁵⁵.
 - a) soy leal a la empresa,
 - b) otorgo la confianza de que no voy a fallar y
 - c) genero bienestar en mi comunidad.
- Integridad: actuó con honestidad, siendo congruente entre lo que pienso, digo y hago⁵⁶.
 - a) respeto a mis colaboradores, clientes y socios;
 - b) demuestro austeridad en mi conducta y en el aprovechamiento de los recursos y
 - c) hago lo correcto.
- Vocación de servicio: tengo la disposición permanente de satisfacer a mis clientes y exceder sus expectativas⁵⁷.

⁵² Recuperado de: <https://intranet.cinepolis.com/SitePages/mision.aspx>

⁵³ Recuperado de: <https://intranet.cinepolis.com/SitePages/vision.aspx>

⁵⁴ Recuperado de: <https://intranet.cinepolis.com/SitePages/valores.aspx>

⁵⁵ Ibíd.,

⁵⁶ Ibíd.,

⁵⁷ Ibíd.,

- a) construyo y mantengo relaciones sólidas,
- b) me anticipo a las necesidades de mi cliente,
- c) escucho a mi cliente empáticamente y
- d) domino los servicios a mi cargo.
- Ser Palomita: es la esencia de Cinepolis; divertido, pionero, creativo, curioso y con el ánimo de un aprendizaje continuo⁵⁸.
 - a) trabajando como muchas palomitas en una canasta,
 - b) respetando todas las variedades de palomitas y
 - c) trabajando con sencillez y disciplina.

4.4.6 Estructura Organizacional

Acorde con el organigrama de la empresa (ver gráfico 1) se esboza como el subgerente VIP es el encargado genérico de todas las áreas, y de la comunicación directa con la gerencia general. El subgerente tiene dentro de sus colaboradores para la coordinación del cine tres encargados, estos son: supervisor VIP encargado de inventarios y servicio de la confitería, supervisor de RSB quien es el encargado de coordinar el servicio de restaurante en las salas vip, Encargado de almacén quien está a cargo de las compras de los insumos para el funcionamiento del restaurante.

Dentro de la cadena jerárquica de la organización, debajo de las tres áreas mencionadas anteriormente encontramos los cargos de tipo auxiliar o empleado general quienes se encargan de las tareas de cocina, taquilla y mantenimiento, y por ultimo encontramos a los operativos, denominados Cinepolitos quienes son los empleados cuyas funciones son meramente operativas y son quienes tienen el contacto directo con el cliente (ver gráfico 1).

Con el propósito de clarificar el desarrollo de las funciones de cada uno de los cargos destacados en el organigrama, se presenta a continuación un listado de las funciones por cada empleado:

Subgerente de VIP:

Objetivo general del puesto:

⁵⁸ Ibíd.,

Administrar y controlar los negocios de alimentos del cine a través de un buen manejo de inventarios y de la supervisión al personal.

Funciones principales del puesto:

1. Levantar solicitudes de pedido; enviando el listado de productos al almacén.
2. Supervisar o realizar la inhabilitación y habilitación de puntos de venta.
3. Llevar a cabo la inhabilitación y habilitación de puntos de venta.
4. Aperturar el Conjunto; verificando la asistencia de todos los empleados y la correcta apertura de las unidades de negocio. Así mismo asignar los fondos a los vendedores y hacer los retiros correspondientes.
5. Verificar conciliación del inventario; contando la totalidad productos semanalmente.
6. Realizar facturación de ingresos, impresión de reportes y llenado de archivos.
7. Validar y supervisar la solicitud semanal de pedidos de insumos a proveedores corporativos y locales.
8. Supervisar la correcta rotación de inventarios en almacén y puntos de venta.
9. Realizar actividades de control de inventario y sub-almacenes para evitar perdida de mercancía o robo por parte del personal.

Supervisor VIP:

Objetivo general del puesto:

Asegurar el correcto funcionamiento de las unidades de negocio de alimentos Y Dulcería, buscando maximizar las ventas. Así como, asegurar el correcto funcionamiento de equipo y aparatos.

Funciones principales del puesto:

1. Aperturar cine; asegurando los insumos para la operación de las unidades de negocio; en base a un stock ideal.
2. Habilitar e inhabilitar los puntos de venta; conforme a formatos establecidos.
3. Ingresar información de los archivos de carga de salida al sistema People Soft.
4. Fondear a Empleados Generales; estableciendo el personal para puntos de venta.
5. Realizar el corte de punto de venta y los cierres de turno.
6. Realizar conciliación de producto en punto de venta contra inventario; ingresando la información al sistema People Soft.
7. Recibir almacén; revisando y acomodando el producto.
8. Subir soportes; ingresando a la liga de corporativo; dando referencia de los problemas en el sistema.
9. Realizar facturación; en base al archivo de Vista, ingresando montos de ventas por unidad de negocio.

Supervisor RSB (Restaurante en su Butaca):

Objetivo general del puesto.

Asegurar que todas las áreas operativas del cine se encuentren habilitadas conforme a procedimientos y procesos para brindar un servicio de calidad.

Funciones principales del puesto:

1. Habilitar puntos de venta; conforme a formatos establecidos.

2. Revisar que se lleven a cabo conteos de salas; verificando el llenado adecuado de las bitácoras. Verificar la limpieza profunda en baños y salas; revisando las bitácoras.
3. Revisar la publicidad del Conjunto; verificando que coincida con la información enviada por el área de Medios Alternos.
4. Revisar que la entrega de valores; llenando los formatos de entrega de morralla y/o efectivo sea habilitada y al cierre.
5. Revisar el cierre de turno de Empleados Generales; supervisando el retiro de efectivo de los puntos de venta.
6. Llevar a cabo un recorrido por TODAS las áreas del Cine; identificando, registrando y enviando a Encargado de Mantenimiento, Subgerencias, Encargados de las áreas que necesitan soporte.
7. Brindar atención y servicio al cliente; atendiendo dudas y/o problemas durante la operación.
8. Mantener continúa comunicación con elementos de seguridad; para atender eventualidades.
9. Asegurar el reporte de áreas de Mystery Shopper y verificación diaria de habilitación de puntos de control y cierre.

Encargado de Almacén:

Objetivo general del puesto.

Asegurar el abastecimiento oportuno de los puntos de venta en los Conjuntos Cinépolis.

Funciones principales del puesto:

1. Abastecer sub-almacenes; de acuerdo al pedido hecho por el Supervisor/Subgerente de Dulcería.

2. Llevar a cabo el acomodo del almacén; organizando la mercancía en los anaqueles por el método de Primeras Entradas Primeras Salidas (PEPS) llevando control de caducidades.
3. Apoyar en porcionado y enmangado de producto.
4. Revisar existencia de producto en puntos de venta; para determinar el surtido. Seguimiento para la implementación de nuevos proveedores en conjunto con Subgerente de Dulcería.
5. Solicitar pedido de producto; de acuerdo a las ventas, existencia de mercancía y temporada, ingresando los datos al sistema.
6. Recibir proveedores de producto congelado y frío; revisando que se encuentre la cantidad correcta, la caducidad y la temperatura del camión y del producto así como las condiciones físicas de producto, no golpeado o empaque roto o dañado.
7. Llevar a cabo el llenado de la bitácora de caducidades; etiquetando la mercancía de acuerdo a fecha de caducidad.
8. Conciliar facturas con datos de pedidos en el sistema Vista; identificando faltantes de producto y solicitar el soporte para darle solución.
9. Llevar a cabo la toma de inventario al cierre de día; realizando el registro de las cantidades de producto, de acuerdo al conteo que envían los Supervisores.
10. Realizar el inventario semanal en conjunto con el Gerente y firmar las bitacoras de inventario.

Auxiliar de cocina:

Objetivo general del puesto:

Abastecer de manera oportuna los diferentes puntos de venta del Conjunto.

Funciones principales del puesto:

1. Surtir y/o reabastecer los puntos de venta; mediante la entrega oportuna de los productos.
2. Revisar existencia de producto en puntos de venta; para determinar el surtido.
3. Recibir proveedores; revisando que coincida la cantidad de producto, así como la caducidad, logotipo, costo y las condiciones físicas de producto, no golpeado o empaque roto o dañado.
4. Llevar a cabo la limpieza de los almacenes.
5. Realizar el porcionado y enmangado del producto; de acuerdo a las cantidades solicitadas.
6. Almacenar producto por el método de Primeras Entradas y Primeras Salidas (PEPS); llevando control de caducidades.
7. Contar almacén; mediante la toma física del producto. Inventario Semanal junto con el Encargado de Almacén/Subgerente de Dulcería/Gerente de Cine.
8. Dar seguimiento a préstamos de producto, insumos y/o equipo a otros Conjuntos; realizando las altas y bajas correspondientes en el sistema.
9. Realizar cargas manuales de producto en sistema Vista.
10. Ayudar en seguimiento para la implementación de nuevos proveedores en conjunto con el Encargado de Bodega/Almacén y Subgerente de Dulcería.

Auxiliar de mantenimiento:

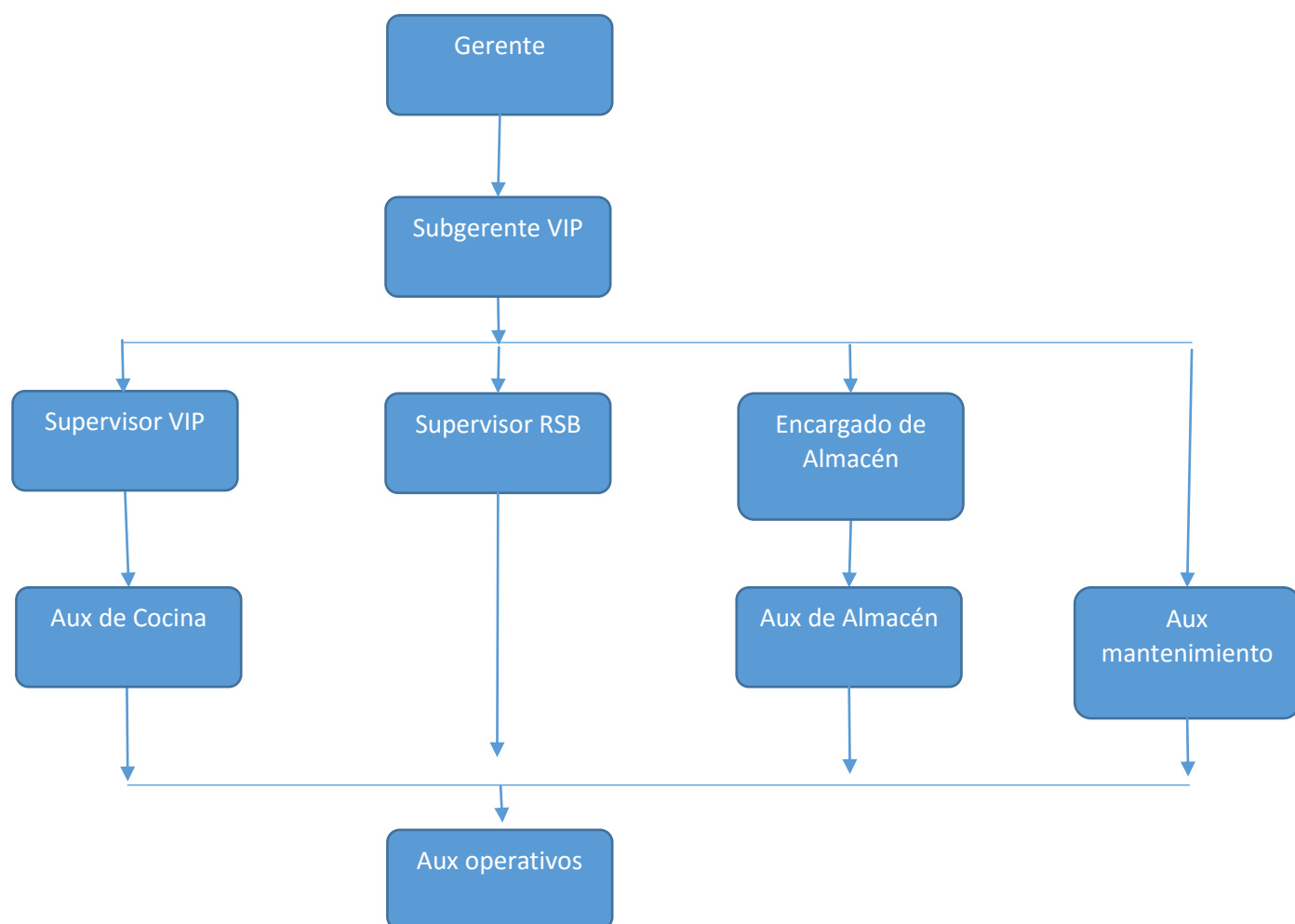
Objetivo general del puesto:

Mantener en óptimas condiciones el Conjunto para ofrecer un servicio de alta calidad a nuestros clientes.

Funciones Principales del puesto:

1. Realizar recorrido por el Conjunto; para la revisión física de las instalaciones y/o equipos.
2. Mantener el equipo en óptimo funcionamiento.
3. Dar mantenimiento general a las instalaciones y equipos; por medio del contacto constante con todas las áreas, para dar respuesta oportuna a sus peticiones.
4. Llevar correctamente actualizadas las bitácoras de servicios que se hacen a los diferentes equipos e instalaciones del Conjunto
5. Establecer un plan de mantenimiento preventivo y correctivo anual, revisado de forma mensual por la Gerencia de Conjunto y/o Gerencia Regional Operaciones.
6. Control del inventario de refacciones de uso frecuente para manteniendo de instalaciones y reportar status y posibles desviaciones a Gerencia de Conjunto y/o Gerencia Regional Operaciones.
7. Control y Resguardo de las herramientas de trabajo y/o herramientas que se utilizan dentro del cine para el desempeño de diferentes actividades
8. Control de la bitácora de Mantenimientos y reporte a Gerencia de Conjunto y/o Gerencia Regional Operaciones
9. Supervisión de las actividades de auxiliar de Mantenimiento.
10. Supervisar la entrega final del trabajo cuando se contraten proveedores para ello.

GRAFICO 1



(Fuente: Elaboración propia)

4.4.7 Diagnóstico de la organización

Es importante ahondar respecto a algunas características de Cinepolis Limonar Cali, en la medida en que esta información puede ayudar a interpretar aspectos relacionados a lo largo de este estudio, para ello desarrollare a continuación la metodología DOFA (debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas), teniendo en cuenta un diagnostico interno y externo de la entidad.

4.4.7.1 Diagnostico interno

La organización Cinepolis, es una entidad competitiva, que cuenta con personal capacitado, el cual está en constante preparación, prueba de ello es la política de la entidad de usar solo la promoción de ocupación de cargos con personal que trabaja dentro de la empresa, la entidad se ha preocupado constantemente por contar con las instalaciones más apropiadas para el desarrollo de la actividad organizacional, destacándose por ser uno de los cines más completos en la ciudad con servicios como VIP, 4DX y IMAX.

La entidad a lo largo de la prestación del servicio durante 5 años no ha presentado ningún altercado legal ni de tipo contable (normas internacionales) o financiero, lo que demuestra la rigurosidad del cumplimiento de la norma por parte de los encargados de la organización, lo que se convierte en una fortaleza. Otra gran fortaleza es la estandarización de los procesos lo que permite brindar un servicio de excelente calidad, Nuestro cine además cuenta con uno de los más amplios menús para acompañar las películas.

Es importante reconocer las debilidades de esta empresa relacionadas con el mercadeo, para ello destacaremos el precio como la más relevante de ellas, pues a comparación con otro cines, nuestro precio de ventas se encuentra entre los más altos, es importante tener en cuenta que este cine está ubicado en uno de los centros comerciales relativamente más jóvenes de la ciudad de Cali (Premier

Limonar), si bien la asistencia a los teatros es alta, podría ser mejor de haberse ubicado en un centro comercial reconocido por los clientes.

En este apartado encontramos una de las debilidades que justifico el desarrollo del presente trabajo, puesto que la organización no cuenta con un esquema de costos bien definido, como se ha mencionado con antelación la empresa establece sus costos con base en porcentajes previamente asignados, por ello la ausencia de un estudio de costos riguroso se convierte en una fuerte debilidad para la organización.

La empresa como organización Ramírez, tiene muy bien definidos sus departamentos a nivel mundial, se encuentra un encargado por departamento para cada región donde se ha ubicado cines con la marca Cinepolis, estos corporativos definidos para cada apartado tienen como función primordial desarrollar un control riguroso que abarca todos los recursos y áreas en el manejo de las diferentes instalaciones, desde el mantenimiento de los activos fijos hasta la cadena de distribución de los alimentos ofrecidos por el cine, además de atender la normatividad pertinente a cada país.

4.4.7.2 Diagnostico externo

Respecto a las oportunidades, la empresa se prepara para el constante crecimiento de la demanda en la asistencia a cine por ello el crecimiento de la organización es viable no solo en la ciudad también en el país y la región andina.

Es importante tener en cuenta que ese aumento de demanda motiva a muchas empresas y marcas del mundo a pautar publicidad en las salas de cine, esto se convierte en otra oportunidad para Cinepolis.

La organización presenta amenazas, una de las más destacadas es la ardua competencia en el mercado de las salas de cine, puesto que todos los demás

oferfantes se preocupan por ser los mejores en la industria de la proyección cinematográfica.

5 DESARROLLO DE LA METODOLOGIA DE COSTEO CINEPOLIS VIP-CONFITERIA.

Con base en el marco conceptual expuesto anteriormente, es válido afirmar que este trabajo se enmarcara en el costo por órdenes de producción, dado que la producción depende para el caso de CINEPOLIS VIP de la solicitud exclusiva del cliente, y de este dependerá las características del producto, con base en esto se presenta a continuación el estudio de costos que se desarrolló para CINEPOLIS VIP, teniendo en cuenta el levantamiento de las actividades y el valor asignado a cada componente del costo.

5.1 DETERMINACIÓN DE LOS PRODUCTOS A COSTEAR.

Con el propósito de determinan los productos de mayor venta dentro de CINEPOLIS VIP presentamos a continuación la información que permite identificar los bienes de mayor rotación.

Tabla 3: Productos más vendidos en CINEPOLIS Limonar VIP Cali.

Meses	Grupos de alimentos y bebidas mas vendidos	Cantidades	Producto del grupo mas vendido	Cantidades	Total numero de productos vendidos
Enero	Crispetas	1853	Crispeta mediana mantequilla	392	13769
	Bebidas/gaseosas	2740	Gaseosa mediana coca	432	
	Smoothie	632	Smoothie Mediando mango	88	
	Wings	886	Hamburguesa de Carne	311	
	Baguies	771	Baguie Pollo	372	
febrero	Crispetas	1538	Crispeta mediana mantequilla	321	12242
	Bebidas/gaseosas	2333	Gaseosa mediana coca	365	
	Smoothie	527	Smoothie Mediando mango	71	
	Wings	788	Hamburguesa de Carne	321	
	Baguies	619	Baguie Pollo	69	
Marzo	Crispetas	2531	Crispeta mediana mantequilla	617	18635

Meses	Grupos de alimentos y bebidas mas vendidos	Cantidades	Producto del grupo mas vendido	Cantidades	Total numero de productos vendidos
	Bebidas/gaseosas	3847	Gaseosa mediana coca	663	
	Smoothie	810	Smoothie Mediando mango	116	
	Wings	788	Hamburguesa de Carne	435	
	Baguies	619	Baguie Pollo	110	
Abril	Crispetas	2381	Crispeta mediana mantequilla	572	
	Bebidas/gaseosas	3564	Gaseosa mediana coca	687	
	Smoothie	903	Smoothie Mediando mango	137	
	Wings	1282	Hamburguesa de Carne	475	
	Baguies	1082	Baguie Pollo	117	17885

Fuente: Elaboración propia

Para el desarrollo del presente trabajo se tomaran los siguientes productos:

- Smoothie de mango
- Hamburguesa de carne
- Baquette de pollo

Se dejaron de lado las gaseosas y las crispetas debido a que su nivel de complejidad es básico dentro de los productos de dulcería del cine de las salas VIP.

5.2 LEVANTAMIENTO DE PROCESOS – ACTIVIDADES

Es importante destacar las actividades del proceso productivo del servicio de administración, puesto que son estas las que consumen los elementos del costo, y conocerlas a detalle se convierte en la clave para la determinación de un costo de la mejor manera.

Para el levantamiento de procesos se tomaran tres tipos de diagramas expuestos por Harrington en su texto mejoramiento de los procesos empresariales, estos serán usados como referente para comprender el proceso productivo, y con base en las actividades expuestas en la diagramación generar una estructura de costos útil para la entidad.

A continuación se presenta el listado de actividades desarrolladas por el personal para llevar a cabo los tres productos de mayor venta en CINEPOLIS VIP, estos serán presentados con el tiempo en segundos que toma cada actividad, así como el tiempo de espera que genera cada una de ellas.

TABLA 4: Tabla de actividades con tiempo de ejecución.

	NUMERO	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	TIEMPO EN SEGUNDOS DE LA ACTIVIDAD	TIEMPO DE ESPERA
S M m e o d m o i a t a n h n g i d o e o	0	habilitación y preparación de insumos	Auxiliar de alistamiento	60	0
	1	Recepción del cliente	Comandero	35	0
	2	Tomar el pedido	Comandero	45	0
	3	Confirmación del pedido	Comandero	15	0
	4	Cobro	Comandero	50	0
	5	Reportar pedido	Comandero	5	0
	6	Aceptación del pedido	Asistente de cocina	3	0
	7	Alistamiento baso con hielo	Asistente de cocina	10	0
	8	Alista 3 onzas de pulpa de mango	Asistente de cocina	10	0
	9	Se adiciona a la licuadora con el hielo	Asistente de cocina	7	0
	10	Se agregan dos onzas de agua	Asistente de cocina	5	0
	11	Se agregan 45 gramos de azúcar	Asistente de cocina	8	0
	12	Licuada	Asistente de cocina	25	0
	13	Emplatado	Asistente de cocina	5	0
	14	Entrega al comandero	Asistente de cocina	12	0
	15	Envío a sala	Comandero	70	0
	16	entrega al cliente	Comandero	10	0
	17	Confirmación de entrega	Comandero	10	0

	NUMERO	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	TIEMPO EN SEGUNDOS DE LA ACTIVIDAD	TIEMPO DE ESPERA
H a m b u r g u e s a d e	0	habilitación y preparación de insumos	Auxiliar de alistamiento	90	0
	1	Recepción del cliente	Comandero	35	0
	2	Tomar el pedido	Comandero	45	0
	3	Confirmación del pedido	Comandero	15	0
	4	Cobro	Comandero	50	0
	5	Reportar pedido	Comandero	5	0
	6	Aceptación del pedido	Asistente de cocina	3	0
	7	separar la carne del refrigerio 100g	Asistente de cocina	5	0
	8	Cocción carne a la plancha a 350 grados	Asistente de cocina	240	0
	9	Alistamiento pan	Asistente de cocina	5	0
	10	Calentar pan	Asistente de cocina	20	0
	11	Adición de salsas rosada	Asistente de cocina	3	0
	12	Adición de tomate	Asistente de cocina	2	0
	13	Adición lechuga	Asistente de cocina	2	0
	14	Adición cebolla	Asistente de cocina	2	0
	15	Derretir queso doble crema en microondas	Asistente de cocina	45	0
	16	Armado de la hamburgués	Asistente de cocina	3	0
	17	Empaquetado en papel parafinado	Asistente de cocina	4	0
	18	Emplatado	Asistente de cocina	5	0
	19	Entrega al comandante	Asistente de cocina	12	0
	20	Envío a sala	Comandero	70	0
	21	entrega al cliente	Comandero	10	0
	22	Confirmación de entrega	Comandero	10	0

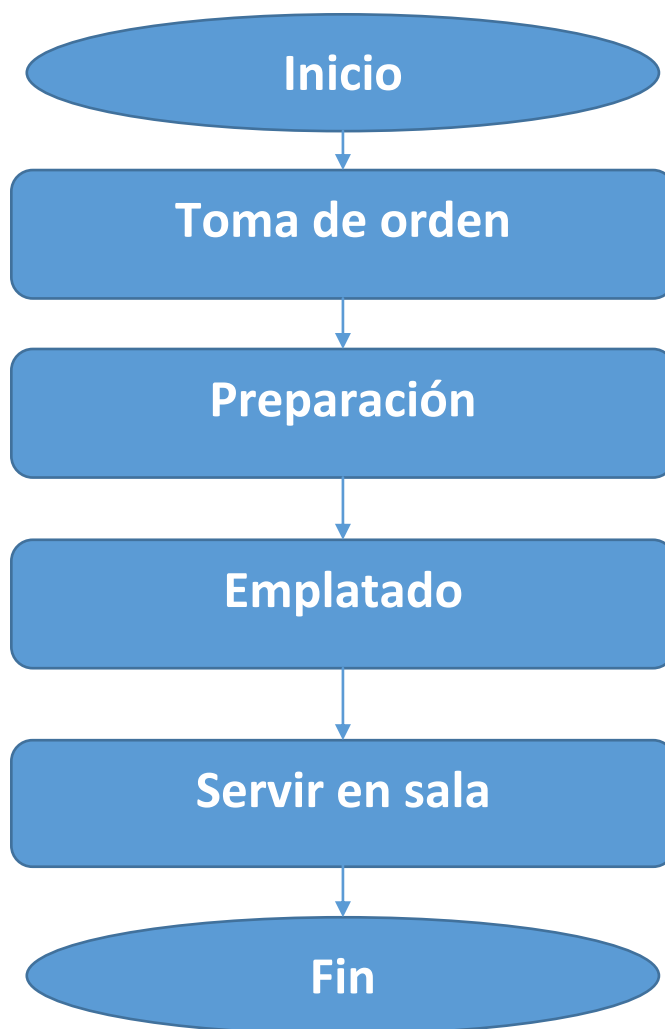
	NUMERO	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	TIEMPO EN SEGUNDOS DE LA ACTIVIDAD	TIEMPO DE ESPERA
B a g u i l e o d e	0	habilitación y preparación de insumos	Auxiliar de alistamiento	25	0
	1	Recepción del cliente	Comandero	35	0
	2	Tomar el pedido	Comandero	45	0
	3	Confirmación del pedido	Comandero	15	0
	4	Cobro	Comandero	50	0
	5	Reportar pedido	Comandero	5	0
	6	Aceptación del pedido	Asistente de cocina	3	0
	7	separar filete de pollo del refrigerador 100g	Asistente de cocina	2	0
	8	se coloca a la plancha con 20 gramos de mantequilla	Asistente de cocina	700	740
	9	sal pimienta	Asistente de cocina	10	0
	10	alistamiento de pan	Asistente de cocina	10	0
	11	adición salsa bbq 30 g	Asistente de cocina	5	0
	12	se parte el filete	Asistente de cocina	10	0
	13	se gratina	Asistente de cocina	60	0
	14	se retira y parte a la mitad	Asistente de cocina	5	0
	15	Emplatado	Asistente de cocina	5	0
	16	Entrega al comandante	Asistente de cocina	12	0
	17	Envió a sala	Comandero	70	0
	18	entrega al cliente	Comandero	10	0
	19	Confirmación de entrega	Comandero	10	0

Fuente: Elaboración propia

5.2.1 Diagrama de bloques

Se entiende por diagrama de bloques aquel que “proporciona una mirada rápida no compleja del proceso...”⁵⁹ (HARRINGTON, 1995, p.98-99). Permitiendo entender el proceso, desde un enfoque sistémico (teoría general de sistemas), con una entrada un proceso y una salida según BERTALANFFY, este enfoque permite entender un proceso, definirlo y desarrollar el estudio pertinente del mismo.

Grafico 2: Diagrama de bloques



(Fuente: Elaboración propia)

⁵⁹ HARRINGTON. HJ. Mejoramiento de los procesos de la empresa. Mc GRAW- HILL. Bogotá Colombia.1995. p. 98.

5.2.2 Diagrama de flujo

El diagrama de flujo “proporciona una información detallada de un proceso que excede, en gran parte, el diagrama de bloque... el diagrama de flujo se utiliza para ampliar las actividades dentro de cada bloque al nivel de detalle deseado”⁶⁰

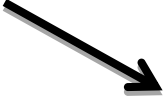
Este esquema nos permite identificar la secuencia de las actividades según sea su recorrido por los responsables del trabajo, es decir nos muestra el camino de la producción hasta que culmina su proceso con la actividad que desarrolla las personas que intervienen en dichas transformación.

La convención de los símbolos para el desarrollo del diagrama se presenta a continuación:

Tabla 5: TABLA DE CONVENCION DE SIMBOLOS

SIMBOLO	SIGNIFICADO
	El rectángulo se usa para denotar cualquier tipo de actividad que se realice.
	La flecha ancha se usa para indicar movimiento o transporte físico de salidas
	El diamante se usa para indicar un punto de decisión en el proceso. Las actividades subsecuentes se afectaran dependiendo la decisión, que puede ser afirmativa o negativa.
	Este símbolo indica un documento elaborado en físico resultante de una actividad.
	El círculo grande indica un punto de inspección de las salidas de cualquier actividad.
	El símbolo de bala indica un tiempo de espera en un punto específico necesario para pasar a la siguiente actividad.
	El triángulo invertido indica el almacenamiento controlado de la salida de cualquier actividad.

⁶⁰ Ibid., p 112 -117

	La flecha de flujo indica la dirección y orden que siguen las actividades del proceso.
	La flecha quebrada indica transmisión inmediata de información a través de medios electrónicos como fax, llamadas, correos electrónicos y comunicación verbal
	El Círculo pequeño indica la salida o producto resultante de un diagrama de flujo (Bloque), que será la entrada del siguiente diagrama.
	Esta figura representa la actividad que genera un documento

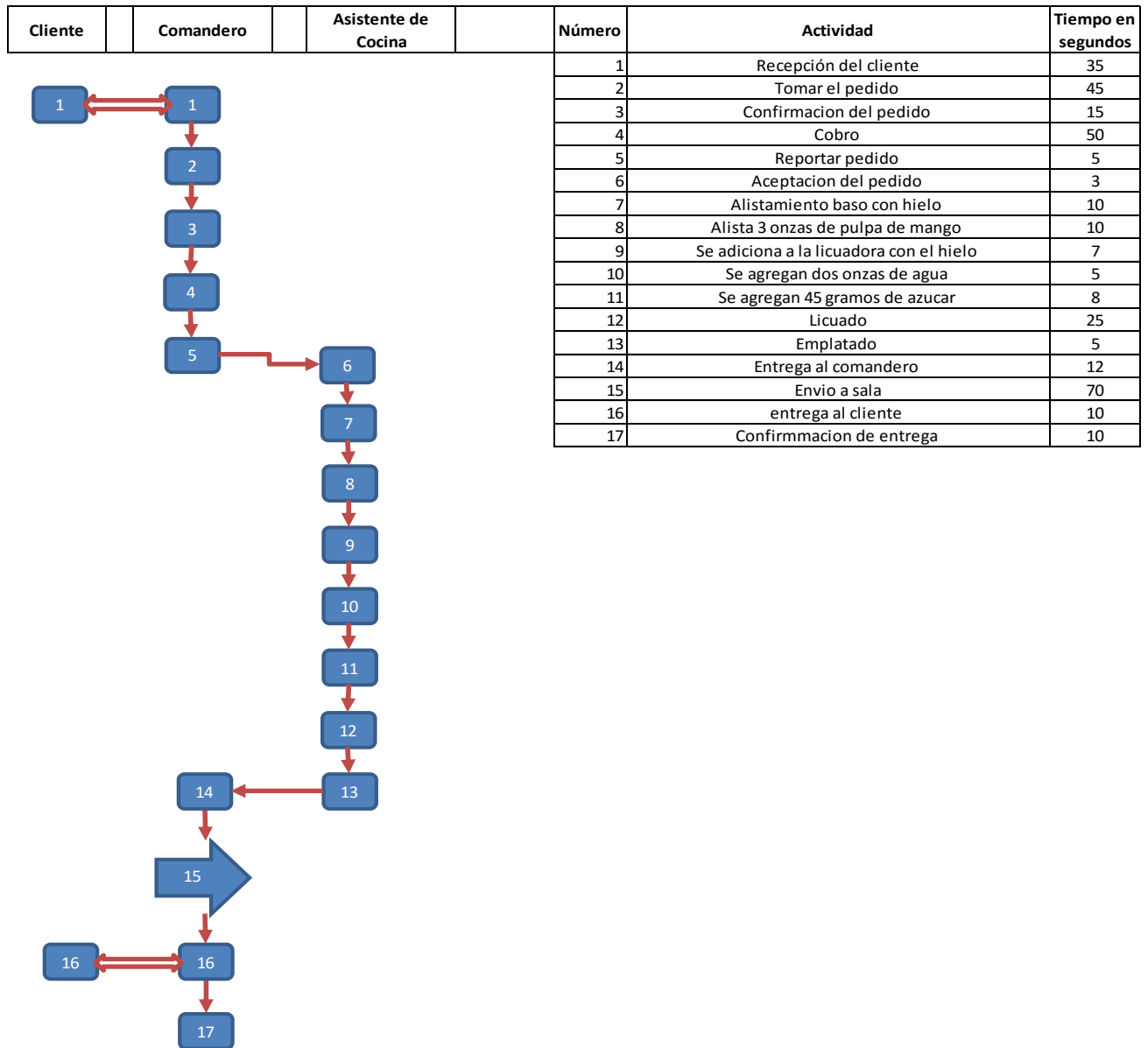
Fuente: Apuntes de clase Fernando Villareal- Fundamentos de costos Feb- Jul 2008.

5.2.2.1 Smoothie Mediando mango:

Este producto es un delicioso granizado de fruta a base de mango, se ofrece en presentaciones de 12, 16 y 20 onzas, siendo la presentación más comprada la mediana de (16 onzas).

Su precio al público según las políticas de CINEPOLIS VIP es de \$5.900.

Grafico 3: Diagrama de flujo de la producción de Smothie.



Fuente: Elaboración propia

Grafico 4: Presentación del Smothie Chico.



Fuente: Página cinepolis

5.2.2.2 Hamburguesa de carne:

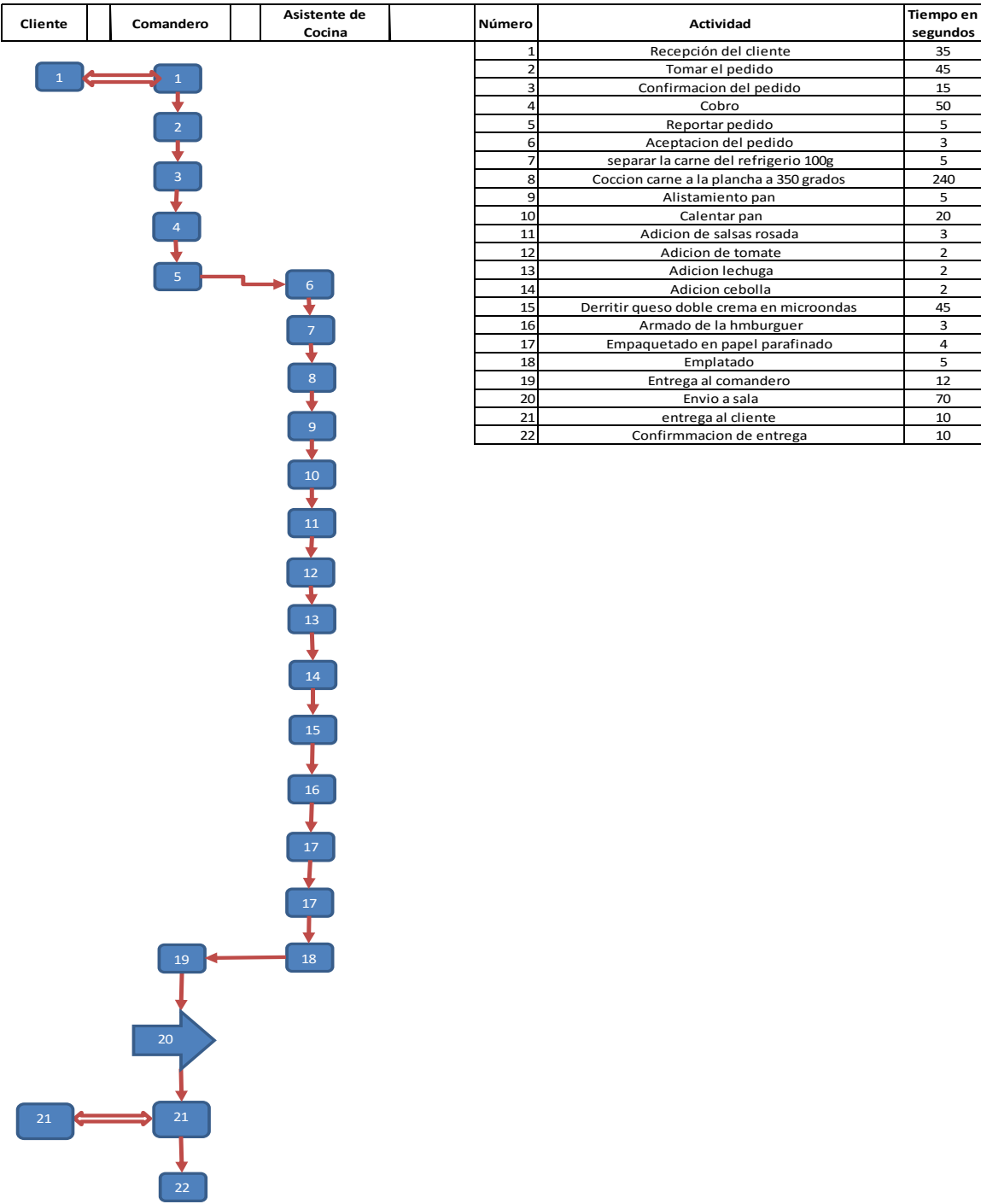
Este producto solo se ofrece en una presentación, con carne de res de 200 gramos, es uno de los más consumidos, su precio al público es de \$ 11.000.

Grafico 5: Presentación de la Hamburguesa.



Fuente: página Cinepolis

Grafico 6: Diagrama de flujo de la producción de la Hamburguesa

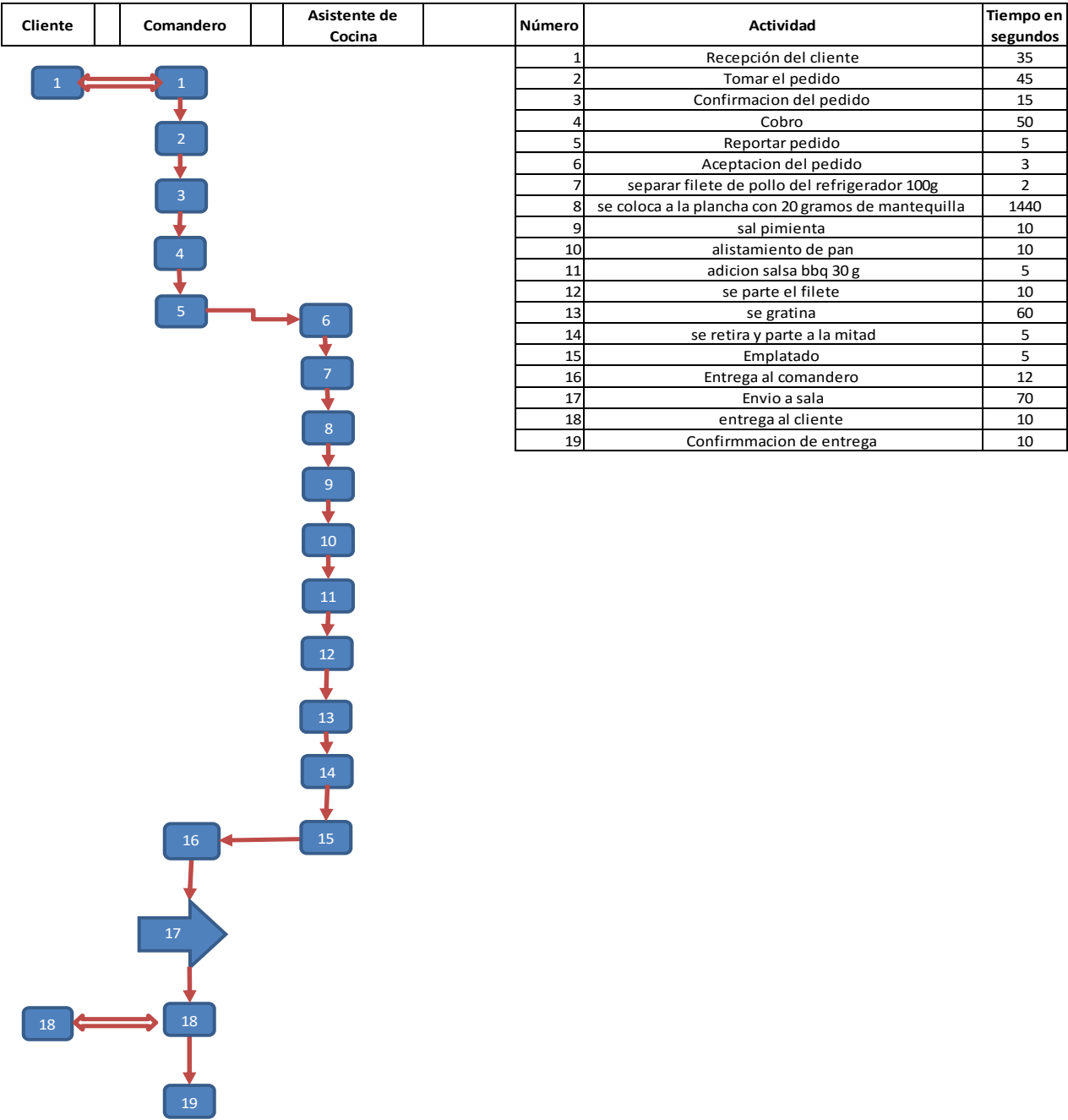


(Fuente: Elaboración propia).

5.2.2.3 Baguette de Pollo

Este delicioso plato fuerte, hecho a base de pan crujiente, y pollo a la plancha sazonado con sal pimienta es el tercer producto de mayor venta dentro de CINEPOLIS VIP, su precio al público es de \$15.700.

Grafico 7: Diagrama de flujo de la producción del baguette de pollo



Fuente: Elaboración propia

Grafico 8: Presentacion del baguette de pollo.



Fuente: página Cinépolis

5.2.3 Diagrama geográfico

Este diagrama “analiza el flujo físico de las actividades... este ayuda a minimizar el desperdicio de tiempo mientras la producción resultante del trabajo y/o recurso se desplaza por las actividades”⁶¹

Es importante aclarar que el espacio que ocupan las salas de cine el centro comercial Limonar corresponde a dos cines distintos, en el ala derecha de las instalaciones se encuentra el cine tradicional, hacia el lado izquierdo podemos encontrar el servicio de CINEPOLIS VIP, que cuenta con tres salas, mientras que el cine tradicional trabaja con once salas.

En el grafico presentado a continuación muestra gráficamente la distribución de las instalaciones, En el ala izquierda se indica la cocina, los baños y las salas del servicio VIP.

⁶¹Ibíd., 18-19

5.3 DETERMINACION DEL COSTO

Para llevar a cabo este estudio de costos, se desarrollara un enfoque sistémico como se había comentado con antelación, se dispondrán tablas de información que permitan capturar la misma, tablas de operaciones que desarrollen cálculos de la información capturada, y tablas de presentación, o síntesis del proceso de sistematización, de tal manera que de alterarse los datos de las tablas de entrada, todo el sistema se alterara solo.

5.3.1 Tablas de entrada (material, personal, costos indirectos de fabricación)

- Materiales.

La tabla de entrada de materiales directos contiene la cantidad, referencia y costo unitario reportado por el departamento de compras de CINEPOLIS VIP, se disponen a continuación los materiales relacionados con los tres productos base de estudio:

TABLA 6: Tabla de entradas de materiales directos.

Materiales Directos				
PRODUCTO	DETALLE	CANTIDAD	REFERENCIA	VALOR UNITARIO
Smothie Mango	Concentrado mango	4	Oz	193,33
	Azucar	45	Gr	2,39
	Tapa	1	Pieza	39,64
	Pitillo	1	Pieza	70
	Vaso Pet 16 oz	1	Pieza	126,9
Hamburguesa	Pan hamburguesa	1	Pieza	510
	Carne	1	Pieza	1692,93
	Queso doble Crema	70	Gr	19,47
Baguette pollo	Pan baguette	1	Pieza	750
	Tiras de pollo	100	Gr	22,6
	Mantequilla	20	Gr	10,94
	Salsa Bbq	40	Gr	6,37

Fuente: Elaboración propia

De igual manera se disponen los materiales indirectos usados para los tres productos:

TABLA 7: Tabla de entradas de materiales indirectos.

Materiales Indirecto				
PRODUCTO	DETALLE	CANTIDAD	REFERENCIA	VALOR UNITARIO
Smothie Mango	Servilletas	4	Pieza	26,09
Hamburguesa	salsa rosada	28	Gr	5,485
	salsa roja	28	Gr	4,82
	Mayonesa	28	Gr	6,15
	Salsa piña	28	Gr	3,42
	Lechuga	33,3	Gr	6,59
	Cebolla	50	Gr	3,33
	Tomate	50	Gr	1,73
Baguette pollo	Papel parafinado	20	Cm	2,159
	Sal pimienta	10	Gr	2,37

Fuente: Elaboración propia

- **Personal:**

Teniendo en cuenta que para el desarrollo de cualquiera de los tres productos base de estudio, son necesarias el desarrollo de las actividades por parte los empleados operativos de la siguiente manera:

Comandero: encargado de atención y servicio al cliente en relación a su pedido en la sala CINEPOLIS VIP.

Cocinero: es el encargado de la transformación de los alimentos, este será el responsable de la preparación de los insumos para transformarlos en deliciosos platillos.

Auxiliar de alistamiento: es el encargado de la labor de alistamiento de los insumos usados en la cocina, como la cebolla, el tomate, limpieza, salsas y alistamiento de equipos, etc.

La tabla de entrada de personal presenta el salario, incluyendo el auxilio de transporte por 74.000 y el valor promedio por hora trabajada.

TABLA 8: Tabla de entradas de personal.

	CARGO	SALARIO		total	Valor por hora
directo	Comandero	644.350,00	74.000,00	718.350,00	3.453,61
	Cocina	644.350,00	74.000,00	718.350,00	3.453,61
indirecto	Auxiliar de alistamiento	644.350,00	74.000,00	718.350,00	3.453,61

Fuente: Elaboración propia

Con el propósito de determinar el promedio de horas con recargo nocturno que tienen los trabajadores de CINEPOLIS VIP se diseñó el siguiente cuadro, este permite entender el número de días que los empleados trabajan en cine durante el mes, teniendo en cuenta que ellos descansan 4 días al mes. Así los empleados laboran 26 días, de los cuales 4 corresponden a dominicales, y 22 a jornadas de trabajo normal.

Es importante aclarar que el turno de trabajo normal del personal operativo de CINEPOLIS VIP es de 4 pm a 12 m, es decir de 10 pm a 12 m los trabajadores acumulan dos horas con recargo nocturno durante la semana a excepción del día domingo en el mes. Así en total los empleados laboran efectivamente en el cine durante 208 horas al mes.

De los 22 días laborados, 6 horas se pagan sin ningún tipo de recargo, en los mismos 22 días se generan 2 horas con recargo nocturno, 4 días se descansa entre semana, y cuatros días se trabajan con recargo dominical, hay que tener en cuenta que los dominicales se pagan como diurnos dominicales hasta las 10 pm y las dos horas restantes se cancelan como dominical nocturno.

TABLA 9: Tabla de distribución de horas trabajadas.

Fuente: Elaboración propia

	días	horas	Total
días trabajados al mes	22	6	132
recargo nocturno	22	2	44
Recargo dominical	4	6	24
Recargo dominical nocturno	4	2	8
			208,00

- Costos generales de fabricación.

Estas tablas de entrada permiten adicionar los costos que no se pueden medir, dado que tiene que ser calculados, puesto que están vigentes para todos los

procesos productivos del CINEPOLIS VIP, en ellos se encuentra información como la seguridad, el costo de la administración, los servicios públicos, la nómina de los administrativos, y la depreciación de los activos fijos usados para el desarrollo de los procesos productivos base de estudio.

TABLA 10: Tabla de costos generales de fabricación (Servicios públicos administración y seguridad)

SEGURIDAD	
Pago por seguridad	2.646.634
ADMINISTRACION	
Pago por administración centro comercial	11.967.081
SERVICIOS PUBLICOS	
Agua	2.042.676
Acantarillado	2.396.623
Energia	63.798.617
Telefono	612.780
Internet	330.000

Fuente: Elaboración propia

TABLA 11: Tabla de costos generales de fabricación. (Salarios administrativos)

SALARIOS ADMINISTRATIVOS

NOMBRE	CARGO	SALARIO	AUX TRA	TOTAL	RECARGOS	OLDN	TOTAL PAGO	TOTAL EROGACION
Ximena Garcia	Subgerente vip	1.602.526,9	-	1.602.526,9	281.777,64	838.655,73	1.884.304,52	2.722.960,26
Alexander Orrego	Supervisor Vip	1.400.000,0	-	1.400.000,0	246.166,67	732.666,67	1.646.166,67	2.378.833,33
Mageiny Medina	aux cocina	892.837,5	74.000,00	966.837,5	170.002,26	505.978,29	1.136.839,76	1.642.818,05
Gustavo Valencia	Supervisor RSB	1.300.000,0		1.300.000,0	228.583,33	680.333,33	1.528.583,33	2.208.916,67
Edwin Chavez	Encargado de Almacen	1.315.789,0	-	1.315.789,0	231.359,57	688.596,24	1.547.148,57	2.235.744,81
Wilmar Abadia	Auxiliar de Almacen	892.837,5	74.000,00	966.837,5	170.002,26	505.978,29	1.136.839,76	1.642.818,05

Fuente: Elaboración propia

Para los activos fijos dispuestos a continuación es importante entender que CINEPOLIS es una empresa joven en la ciudad de Cali, por ello algunos de los equipos se adquirieron hace poco, por lo cual no existe activo depreciado

totalmente. La vida útil estimada de los equipos está dada por las políticas de depreciación de la empresa CINEPOLIS.

TABLA 12: Tabla de costos generales de fabricación. (Depreciación activos fijos)

ACTIVOS FIJOS

Nombre	Unidades	Costo unitario	Costo Total	política de depreciación en años
Congelador MSF vertical de 1 pta	1	5.622.750	5.622.750	10
Refrigerador MSR vertical 2 puertas	2	4.207.500	8.415.000	10
Pimentero luz madera	1	42.289	42.289	3
Plato restaurante	254	9.169	2.328.926	3
Caja condimentos	1	74.922	74.922	10
Cuchillo chef	2	40.434	80.868	3
Horno microondas may	1	1.374.510	1.374.510	10
Picador de Hielo	1	13.096	13.096	3
Tabla de corte	6	50.030	300.180	3
Salsero Aluminio	10	6.593	65.930	4
Porta cubiertos plastico	2	27.056	54.112	3
Jarra medidora	2	29.004	58.008	3
Pinza para hielo	4	26.747	106.988	3
Lavavajillas	1	5.617.957	5.617.957	5
Expan Exhibidora de pan	1	2.211.087	2.211.087	10
Gratinadora	1	960.900	960.900	10
Plancha para asar carnes	1	274.400	274.400	10
Licuada Industrial	1	2.200.000	2.200.000	10
Unidad preparacion alimentos	1	6.041.758	6.041.758	10
Dispensador de pajillas	1	237.477	237.477	3
Dispensador de tapas	1	193.829	193.829	3
Recipiente para ingredientes	1	524.064	524.064	10

Fuente: Elaboración propia

5.3.2 Tablas de operaciones (material, personal, costos indirectos de fabricación)

Las tablas de operaciones son la herramienta que permiten operar la información dispuesta en las tablas de entrada, en la unidad mínima de medida, o de la forma

más sencilla, permitiendo entender los costos de un insumo o del tiempo en segundos del personal en la elaboración de un solo productos.

- Materiales directos:

TABLA 13: Tabla de operaciones, costo materiales directos y costos materiales indirectos.

Costo Materiales Directos					
PRODUCTO	DETALLE	CANTIDAD	REFERENCIA	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Smothie Mango	Concentrado mango	4	Oz	193,33	773,32
	Azucar	45	Gr	2,39	107,55
	Tapa	1	pieza	39,64	39,64
	Pitillo	1	pieza	70	70,00
	Vaso Pet 16 oz	1	pieza	126,9	126,90
Hamburguesa	Pan hamburguesa	1	pieza	510	510,00
	Carne	1	pieza	1692,93	1.692,93
	Queso doble Crema	70	Gr	19,47	1.362,90
Baguette pollo	Pan baguette	1	pieza	750	750,00
	Tiras de pollo	100	Gr	22,6	2.260,00
	Mantequilla	20	Gr	10,94	218,80
	Salsa Bbq	40	Gr	6,37	254,80

Costo Materiales Indirecto					
PRODUCTO	DETALLE	CANTIDAD	REFERENCIA	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Smothie Mango	Servilletas	4	pieza	26,09	104,36
Hamburguesa	salsa rosada	28	Gr	5,485	153,58
	salsa roja	28	Gr	4,82	134,96
	mayonesa	28	Gr	6,15	172,20
	Salsa piña	28	Gr	3,42	95,76
	Lechuga	33,3	Gr	6,59	219,45
	Cebolla	50	gr	3,33	166,50
	Tomate	50	Gr	1,73	86,50
	Papel parafinado	20	cm	2,159	43,18
Baguette pollo	Sal pimienta	10	Gr	2,37	23,70

Fuente: Elaboración propia

- Personal:

A continuación se dispone el cálculo del costo por segundo de los trabajadores directos e indirectos, este cálculo esta dado con base en el tiempo efectivamente trabajado es decir las 208 horas laboradas al mes, con base en el siguiente

cuadro se determina el número de horas con recargo y con base en el costo de la hora se determina el valor de la hora, se le incluye además el valor de los costos asociados al empleado que no son entregados efectivamente en dinero, como lo son las prestaciones sociales.

Posteriormente se determina el valor por segundo de los trabajadores. Es importante aclarar que el costo del personal directo e indirecto difiere dado que el personal de alistamiento labora en el día de 8 am a 4 pm, es decir no genera costos adicionales por recargos.

- Costos generales de fabricación

Con relaciones a los costos generales de fabricación, estos se distribuyeron con base en el área de ocupación de cada cine, para el caso de CINEPOLIS VIP ocupa el 26% y el 74% hace parte del cine tradicional, esta información se obtuvo tomando como referente los planos de las instalaciones.

Posteriormente se determinó cada costo por segundo usado por cada costo general, construyendo el valor del costo general en su expresión mínima, para acoplarlo a las actividades, expuestas en segundos en el levantamiento de procesos.

**TABLA 14: Tabla de asignación de costos generales de fabricación
prestaciones sociales personal directo**

Personal directo	
CARGO	Comandero
SALARIO	644.350,00
DIAS MES	26,00
HORAS DIA	8,00
HORAS HABLES	208,00
VALOR HORA NOMINA	2.684,79
VALOR HORA COSTO	3.097,84

	Factor	trabajado	con recargo
Recargo Nocturno (35%)	35%	44,00	15,40
Recargo Festivo Nocturno (75% + 35%)	110%	8,00	8,80
Recargo Festivo Diurno (75%)	75%	24,00	18,00
TOTAL HORAS EXTRAS			42,2
VALOR EXTRAS		113.298,2	
HORAS PROD.	208	644.350,0	
Base No. 2		757.648,21	
AUX. TRANSPORTE		74.000,00	
Base No.1		831.648,21	

Cesantía	8,33%	69.304,02	Base No.1
intereses	1,00%	8.316,48	Base No.1
Prima	8,33%	69.304,02	Base No.1
Vacaciones	4,17%	34.652,01	Base No. 2
Salud	8,50%	70.690,10	Base No. 2
Pensión	12,00%	99.797,79	Base No. 2
ARP	1,00%	8.316,48	Base No. 2
Sena	2,00%	16.632,96	Base No. 2
ICBF	3,00%	24.949,45	Base No. 2
caja compensación	4,00%	33.265,93	Base No. 2
Total Prestac/aportes	52,33%	435.229,23	
TOTAL DEL PAGO		1.266.877,44	

costo por mes	1.266.877,4
costo por día	48.726,1
costo por hora	6.090,8
costo por segundo	1,7

(Fuente: Elaboración propia).

**TABLA 15: Tabla de asignación de costos generales de fabricación
prestaciones sociales personal indirecto**

Personal indirecto	
CARGO	Auxiliar de alistamiento
SALARIO	644.350,00
DIAS MES	26,00
HORAS DIA	8,00
HORAS HABLES	208,00
VALOR HORA NOMINA	2.684,79
VALOR HORA COSTO	3.097,84

	Factor	trabajado	con recargo
Recargo Nocturno (35%)	35%	-	-
Recargo Festivo Nocturno (75% + 35%)	110%	-	-
Recargo Festivo Diurno (75%)	75%	-	-
TOTAL HORAS EXTRAS			-
VALOR EXTRAS		-	
HORAS PROD.	208	644.350,0	
Base No. 2		644.350,00	
AUX. TRANSPORTE		-	
Base No.1		644.350,00	

Cesantía	8,33%	69.304,02	Base No.1
intereses	1,00%	8.316,48	Base No.1
Prima	8,33%	69.304,02	Base No.1
Vacaciones	4,17%	34.652,01	Base No. 2
Salud	8,50%	70.690,10	Base No. 2
Pensión	12,00%	99.797,79	Base No. 2
ARP	1,00%	8.316,48	Base No. 2
Sena	2,00%	16.632,96	Base No. 2
ICBF	3,00%	24.949,45	Base No. 2
caja compensación	4,00%	33.265,93	Base No. 2
Total Prestac/aportes	52,33%	435.229,23	
TOTAL DEL PAGO		1.079.579,23	

costo por mes	1.079.579,2
costo por dia	41.522,3
costo por hora	5.190,3
costo por segundo	1,4

(Fuente: Elaboración propia).

TABLA 16: Tabla de asignación de costos generales de fabricación servicios públicos, seguridad, administración, nomina administrativa y depreciación.

vip cine	26%
cine tradicional	74%

Erogaciones generales	
Pago por seguridad	2.646.634
Pago por administración centro comercial	11.967.081
Agua	2.042.676
Acantarillado	2.396.623
Energia	63.798.617
Telefono	612.780
Internet	330.000
Total	83.794.411

diaria	hora	segundo	Numero de cinepolitos	Costo por cinepolito en seg
726.218	90.777,3	25,2159	23	1,10

Costo generales distribuidos		
vip cine	26%	21.786.547
cine tradicional	74%	62.007.864

Erogaciones nomina admin		diaria	hora	segundo
CARGO	TOTAL EROGACION			
Subgerente vip	2.722.960	104.729	13.091,2	3,6364
Supervisor Vip	2.378.833	91.494	11.436,7	3,1769
aux cocina	1.642.818	63.185	7.898,2	2,1939
Supervisor RSB	2.208.917	84.958	10.619,8	2,9499
Encargado de Almacen	2.235.745	85.990	10.748,8	2,9858
Auxiliar de Almacen	1.642.818	63.185	7.898,2	2,1939
Total				17,1369

segundo	Numero de cinepolitos	Costo por cinepolito en seg
17,1369	23	0,75

Depreciación					
Nombre	Depreciación Anual	mensual	diaria	hora	segundo
Congelador MSF vertical de 1 pta	5.622.750	468.563	15.619	650,8	0,1808
Refrigerador MSR vertical 2 puertas	8.415.000	701.250	23.375	974,0	0,2705
Pimentero luz madera	42.289	3.524	117	4,9	0,0014
Plato restaurante	2.328.926	194.077	6.469	269,6	0,0749
Caja condimentos	74.922	6.244	208	8,7	0,0024
Cuchillo chef	80.868	6.739	225	9,4	0,0026
Horno microondas may	1.374.510	114.543	3.818	159,1	0,0442
Picador de Hielo	13.096	1.091	36	1,5	0,0004
Tabla de corte	300.180	25.015	834	34,7	0,0097
Salsero Aluminio	65.930	5.494	183	7,6	0,0021
Porta cubiertos plastico	54.112	4.509	150	6,3	0,0017
Jarra medidora	58.008	4.834	161	6,7	0,0019
Pinza para hielo	106.988	8.916	297	12,4	0,0034
Lavavajillas	5.617.957	468.163	15.605	650,2	0,1806
Expan Exhibidora de pan	2.211.087	184.257	6.142	255,9	0,0711
Gratinadora	960.900	80.075	2.669	111,2	0,0309
Plancha para asar carnes	274.400	22.867	762	31,8	0,0088
Licadora Industrial	2.200.000	183.333	6.111	254,6	0,0707
Unidad preparacion alimentos	6.041.758	503.480	16.783	699,3	0,1942
Dispensador de pajillas	237.477	19.790	660	27,5	0,0076
Dispensador de tapas	193.829	16.152	538	22,4	0,0062
Recipiente para ingredientes	524.064	43.672	1.456	60,7	0,0168
Total depreciación					1,1831

Fuente: Elaboración propia

5.3.3 Tablas de actividades

Esta tabla consolida la información de los productos costeados, por cada elemento del costo, material, personal, y costos indirectos de fabricación, adicional permite conocer el costo por actividad, puesto que en el levantamiento de actividades estas se dispusieron en segundos, con el propósito de generar el costo del personal por cada actividad.

Esta información se dispone para los tres productos que se estudiaron en el presente trabajo, indicándose el costo en las tablas expuestas a continuación.

- Tabla de actividades Smoothi mediano de mango
- Tabla de actividades Hamburguesa de carne
- Tabla de actividades Baguette de pollo

Tabla 17: Tabla de actividades smothiede mango.

	NUMERO	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	TIEMPO EN SEGUNDOS DE LA ACTIVIDAD	TIEMPO DE ESPERA	Directo	Indirecto	Directo	Indirecto	CGF	Total por actividad
M e d i s m a o n o d t o h i m e a n g o	0	habilitación y preparación de insumos	Auxiliar de alistamiento	60	0				86,50	181,47	267,98
	1	Recepción del cliente	Comandero	35	0			59,22		105,86	165,07
	2	Tomar el pedido	Comandero	45	0			76,13		136,10	212,24
	3	Confirmación del pedido	Comandero	15	0			25,38		45,37	70,75
	4	Cobro	Comandero	50	0			84,59		151,23	235,82
	5	Reportar pedido	Comandero	5	0			8,46		15,12	23,58
	6	Aceptación del pedido	Asistente de cocina	3	0			5,08		9,07	14,15
	7	Alistamiento baso con hielo	Asistente de cocina	10	0			16,92		30,25	47,16
	8	Alista 3 onzas de pulpa de mango	Asistente de cocina	10	0	773,32		16,92		30,25	820,48
	9	Se adiciona a la licuadora con el hielo	Asistente de cocina	7	0			11,84		21,17	33,01
	10	Se agregan dos onzas de agua	Asistente de cocina	5	0			8,46		15,12	23,58
	11	Se agregan 45 gramos de azúcar	Asistente de cocina	8	0	107,55		13,54		24,20	145,28
	12	Licuada	Asistente de cocina	25	0			42,30		75,61	117,91
	13	Emplatado	Asistente de cocina	5	0	236,54	104,36	8,46		15,12	364,48
	14	Entrega al comandero	Asistente de cocina	12	0			20,30		36,29	56,60
	15	Envío a sala	Comandero	70	0			118,43		211,72	330,15
	16	entrega al cliente	Comandero	10	0			16,92		30,25	47,16
	17	Confirmación de entrega	Comandero	10	0			16,92		30,25	47,16
	t o t a l			385,00	-	1.117,41	104,36	549,86	86,50	1.164,44	3.022,58

Fuente: Elaboración propia

TABLA 18: Tabla der actividades hamburguesa de carne.

NUMERO	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	TIEMPO EN SEGUNDOS DE LA ACTIVIDAD	TIEMPO DE ESPERA	Directo	Indirecto	Directo	Indirecto	CGF	Total por actividad
0	habilitación y preparación de insumos	Auxiliar de alistamiento	90	0				129,76	272,21	401,96
1	Recepción del cliente	Comandero	35	0			59,22		105,86	165,07
2	Tomar el pedido	Comandero	45	0			76,13		136,10	212,24
3	Confirmación del pedido	Comandero	15	0			25,38		45,37	70,75
4	Cobro	Comandero	50	0			84,59		151,23	235,82
5	Reportar pedido	Comandero	5	0			8,46		15,12	23,58
6	Aceptación del pedido	Asistente de cocina	3	0			5,08		9,07	14,15
7	separar la carne del refrigerio 100g	Asistente de cocina	5	0	1692,93		8,46		15,12	1.716,51
8	Cocción carne a la plancha a 350 grados	Asistente de cocina	240	0			406,05		725,89	1.131,94
9	Alistamiento pan	Asistente de cocina	5	0	510,00		8,46		15,12	533,58
10	Calentar pan	Asistente de cocina	20	0			33,84		60,49	94,33
11	Adición de salsas rosada	Asistente de cocina	3	0		556,50	5,08		9,07	570,65
12	Adición de tomate	Asistente de cocina	2	0		86,50	3,38		6,05	95,93
13	Adición lechuga	Asistente de cocina	2	0		219,45	3,38		6,05	228,88
14	Adición cebolla	Asistente de cocina	2	0		166,50	3,38		6,05	175,93
15	Derretir queso doble crema en microondas	Asistente de cocina	45	0	1.362,90		76,13		136,10	1.575,14
16	Armado de la hamburgués	Asistente de cocina	3	0		43,18	5,08		9,07	57,33
17	Empaquetado en papel parafinado	Asistente de cocina	4	0			6,77		12,10	18,87
18	Emplatado	Asistente de cocina	5	0			8,46		15,12	23,58
19	Entrega al comandero	Asistente de cocina	12	0			20,30		36,29	56,60
20	Envió a sala	Comandero	70	0			118,43		211,72	330,15
21	entrega al cliente	Comandero	10	0			16,92		30,25	47,16
22	Confirmación de entrega	Comandero	10	0			16,92		30,25	47,16
t o t a l			681,00	-	3.565,83	1.072,13	999,90	129,76	2.059,70	7.827,31

Fuente: Elaboración propia

TABLA 19: Tabla de actividades baguette de pollo Fuente: Elaboración propia

NUMERO	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	TIEMPO EN SEGUNDOS DE LA ACTIVIDAD	TIEMPO DE ESPERA	Directo	Indirecto	Directo	Indirecto	CGF	Total por actividad
0	habilitación y preparación de insumos	Auxiliar de alistamiento	25	0				36,0436441	75,61	111,66
1	Recepción del cliente	Comandero	35	0			59,2156922		105,86	165,07
2	Tomar el pedido	Comandero	45	0			76,1344614		136,10	212,24
3	Confirmación del pedido	Comandero	15	0			25,3781538		45,37	70,75
4	Cobro	Comandero	50	0			84,593846		151,23	235,82
5	Reportar pedido	Comandero	5	0			8,4593846		15,12	23,58
6	Aceptación del pedido	Asistente de cocina	3	0			5,07563076		9,07	14,15
7	separar filete de pollo del refrigerador 100g	Asistente de cocina	2	0	2.260,00		3,38375384		6,05	2.269,43
8	se coloca a la plancha con 20 gramos de mantequilla	Asistente de cocina	700	740	218,80		1184,31384		2.117,17	3.520,28
9	sal pimienta	Asistente de cocina	10	0		23,70	16,9187692		30,25	70,86
10	alistamiento de pan	Asistente de cocina	10	0	750,00		16,9187692		30,25	797,16
11	adición salsa bbq 30 g	Asistente de cocina	5	0	254,80		8,4593846		15,12	278,38
12	se parte el filete	Asistente de cocina	10	0			16,9187692		30,25	47,16
13	se gratina	Asistente de cocina	60	0			101,512615		181,47	282,98
14	se retira y parte a la mitad	Asistente de cocina	5	0			8,4593846		15,12	23,58
15	Emplatado	Asistente de cocina	5	0			8,4593846		15,12	23,58
16	Entrega al comandero	Asistente de cocina	12	0			20,302523		36,29	56,60
17	Envió a sala	Comandero	70	0			118,431384		211,72	330,15
18	entrega al cliente	Comandero	10	0			16,9187692		30,25	47,16
19	Confirmación de entrega	Comandero	10	0			16,9187692		30,25	47,16
t o t a l			1.778,00	740,00	7.049,43	1.095,83	2.813,59	165,80	5.377,60	8.627,77

5.3.4 Asignación de costos en la tabla de actividades.

Este apartado busca aclarar lo concerniente a la asignación de los costos generales de fabricación, para ello se enlistara a continuación una serie de pasos que explicitan este proceso:

1. Lo relacionado con los materiales directos se relacionaron directamente en cada actividad, donde estos se usaban. De igual manera con los materiales indirectos.
2. En relación al persona, se determinó el costo por segundo tanto del personal directo como el indirecto, con relación al levantamiento de actividades que explicita los segundos que tarda cada actividad se realizó el cálculo para conocer el costo por personal de cada una de las actividades.
3. Para los costos generales de fabricación:
 - a. Estos se calculan en total para todas las instalaciones del cine.
 - b. Se subdividen estos costos teniendo en cuenta la proporción de las áreas que ocupan, tanto el cine VIP (26%) como el cine tradicional (74%).
 - c. Con base en el costo total del 26% asignado a el cine VIP se subdividió hasta encontrar su valor en la mínima expresión, es decir en segundos.
 - d. Posteriormente se tomó ese valor por segundo y se dividió entre el número de trabajadores para la sala VIP (23 empleados), de esta manera se conoce el costo por segundo de actividad de cada empleado, y así se asigna a la actividad correspondiente conforme el tiempo que esta tarde (ver tabla 16).

5.3.5 Hoja de costos

Esta hoja resume el costo por componente del costo para cada uno de los productos, de manera tal que su acumulación permite conocer el costo total de cada bien objeto de estudio, de la siguiente manera:

TABLA 20: Tabla de hoja de costos.

S m o t h i e	Materiales directos	1.117,41
	Personal directo	549,86
	total costos directos	1.667,27
	Materiales Indirectos	104,36
	personal indirecto	86,50
	Costos generales de fabricacion	1.164,44
	Total cif	1.355,31
	Costo Total	3.022,58
H a u m b u s a r g	Materiales directos	3.565,83
	Personal directo	999,90
	total costos directos	4.565,73
	Materiales Indirectos	1.072,13
	personal indirecto	129,76
	Costos generales de fabricacion	2.059,70
	Total cif	3.261,58
	Costo Total	7.827,31
B e a g u o e l t o	Materiales directos	3.483,60
	Personal directo	1.796,77
	total costos directos	5.280,37
	Materiales Indirectos	23,70
	personal indirecto	36,04
	Costos generales de fabricacion	3.287,66
	Total cif	3.347,40
	Costo Total	8.627,77

Fuente: Elaboración propia

5.3.6 Comparativo trabajo ejecutado versus costos reportados por CINEPOLIS.

Es importante para cualquier análisis desarrollar un comparativo entre el estudio encontrado y los costos reportados por el cine, para ello desarrollamos en los siguientes cuadros:

Costos Cinepolis:

TABLA 21: Tabla de costo reportado CINEPOLIS Limonar Vip.

	Precio Publico	Costo 32%	Utilidad
SMOTHIE	5900	1888	4012
HAMBURGUESA DE CARNE	11000	3520	7480
BAGUIE DE POLLO	15700	5024	10676

Fuente: Elaboración propia

Costos Estudio:

TABLA 22: Tabla de costo encontrado según estudio.

ESTUDIO DE COSTOS	Precio Publico	Costo Encontrado	Utilidad
SMOTHIE	5900	3.022,58	2.877,42
HAMBURGUESA DE CARNE	11000	7.827,31	3.172,69
BAGUIE DE POLLO	15700	8.627,77	7.072,23

Fuente: Elaboración propia

El primero muestra los costos reportados por CINEPOLIS VIP, el segundo indica los costos encontrados por este estudio, la fundamentación de los costos aplicados por el cine se dispone de acuerdo a la siguiente política:

- “El cine tiene como meta generar, trabajar con un costo del 32% del precio de venta de cualquier producto, buscando una utilidad general del 68%”

TABLA 23: Tabla de costo y utilidad reportado por cinepolis Limonar Vip.

ESTUDIO DE COSTOS	Precio Publico	Costo Encontrado	Utilidad	% utilidad
SMOTHIE MEDIANO	5900	3.022,58	2.877,42	49%
HAMBURGUESA DE CARNE	11000	7.827,31	3.172,69	29%

BAGUIE DE POLLO	15700 8.627,77	7.072,23	45%
-----------------	----------------	----------	-----

Fuente: Elaboración propia

Como se puede apreciar en los costos encontrados para este estudio indicados en el cuadro anterior, su margen de utilidad es inferior al estimado por la entidad, esto se debe a que los costos presentados en este documento incluyen las erogaciones relacionadas con los costos generales de fabricación, y los componentes indirectos de cada producto, fenómenos que el reporte del cine deja al margen, para ajustar su costo en el 32% del precio de venta de cualquier producto.

6 CONCLUSIONES.

1. Con base en el desarrollo del estudio aplicativo de costos desarrollado en el CINE VIP de CINEPOLIS limonar se determinó que el costo de los productos estudios es:

El costo del **smothie** mediano de mango se distribuye de la siguiente manera: materiales directos un valor de \$1117.41, materiales indirectos un valor de \$104.36, personal directo un valor de \$549.86, personal indirecto por un valor de \$86.50 y costos generales de fabricación por un valor de \$1164.44 para un costo total de **\$3022.58**.

De manera tal que el costo del **smothie** mediano de mango participa en el producto de la siguiente manera: para el material directo **37%**, para los materiales indirectos **3%**, para el personal directo **18%**, para el personal indirecto **3%**, y para los costos generales de fabricación **39%**.

El costo de la **hamburguesa de carne** se distribuye de la siguiente manera: materiales directos un valor de \$3565.83, materiales indirectos un valor de \$1072.13, personal directo un valor de \$999.90, personal indirecto por un valor de \$129.76 y costos generales de fabricación por un valor de \$2059.70 para un costo total de **\$7827.31**

Para la **hamburguesa de carne** el costo se porcina de la siguiente manera: el material directo **46%**, para los materiales indirectos **14%**, para el personal directo **13%**, para el personal indirecto **2%**, y para los costos generales de fabricación **26%**.

El costo de **Baguette de pollo** se distribuye de la siguiente manera: materiales directos un valor de \$3483.60, materiales indirectos un valor de \$23.70, personal directo un valor de \$1796.77, personal indirecto por un valor de \$36.04 y costos generales de fabricación por un valor de \$3287.66 para un costo total de **\$8627.77**

Para la **Baguette de pollo** el costo se reparte de la siguiente manera: el material directo **40%**, para los materiales indirectos **0,3%**, para el personal directo **21%**, para el personal indirecto **0,4%**, y para los costos generales de fabricación **38%**.

2. Los costos encontrados en el desarrollo de este estudio son más altos que los manejados por el cine, esto lo podemos evidenciar al comparar los costos del estudio versus los costos expuestos por CINEPOLIS VIP, de la siguiente manera:

Smothie de mango, el costo reportado por cinepolis tiene un valor de \$1.888 y el costo encontrado en este estudio es de \$3.022,58 dando una diferencia de **\$1.134** que no se están asumiendo por la empresa.

Hamburguesa de Carne, el costo reportado por cinepolis tiene un valor de \$5.024 y el costo encontrado en este estudio es de \$8.627.77 dando una diferencia de **\$3.603.77** que no se están asumiendo por la empresa.

Baguette de Pollo, el costo reportado por cinepolis tiene un valor de \$3.520 y el costo encontrado en este estudio es de \$7.827,31 dando una diferencia de **\$4.307,31** que no se están asumiendo por la empresa.

Esta diferencia se da esencialmente por que la empresa no considera los costos indirectos y costos generales de fabricación dentro de sus esquemas de costos, eso se ve reflejado en la utilidad de la siguiente manera:

3. Por medio de este estudio pude evidenciar las variaciones respecto al margen de utilidad reportado por la entidad CINEPOLIS LIMONAR VIP, para la organización, CINEPOLIS reporta un margen de utilidad de 68%, lo que indica un costo manejado por la organización del 32% para los productos analizados en este estudio.

A manera de conclusión con base en el reporte de costos mencionado en la primera conclusión los márgenes de rentabilidad obtenidos son diferentes a la información reportada por la entidad, estos se exponen a continuación:

○ SMOTHIE	49% Margen de utilidad.
○ HAMBURGUESA DE CARNE	29% Margen de utilidad.
○ BAGUIE DE POLLO	45% Margen de utilidad.

Como podemos evidenciar existe una amplia diferencia respecto al 68% manejado por la entidad, por ello este estudio de costos podrá convertirse en un referente para la toma de decisiones de la organización.

4. Con relación al levantamiento de procesos, este se apega a los estándares que maneja la entidad, esto se constató en entrevista con algunos trabajadores con los que se desarrolló el levantamiento de actividades, estos señalan que no se apegan 100% a los manuales de la entidad, pero son su referente, los trabajadores de cocina por ejemplo alteran el procedimiento con el objetivo de hacerlo más eficiente, o la mejora de los platillos ofrecidos.

7 RECOMENDACIONES.

- Se recomienda llevar a cabo una actualización de los procedimientos, puesto que el personal indicó que no se desarrollaban las labores conforme los manuales previstos, en varios casos por que se encontraron formas más eficientes de hacerlo. Por ello se recomienda implementar esta labor, y a través de ella poder identificar actividades que permitan hacer más ágil el proceso.
- Se recomienda que la organización desarrolle un estudio de costos que abarque todos sus productos ofrecidos y de esta manera usar este conocimiento como herramienta para facilitar la gerencia de la entidad orientada a la buena toma de decisiones.
- Conforme la reunión llevada a cabo el día 26 de noviembre del 2015 con el gerente de las instalaciones de Cinepolis Limonar Cali, el señor Andrés David Salazar y el grupo administrativo del conjunto afirmo la importancia de este trabajo para la organización y se mencionó llevar a comité con el área encargada del país (Colombia) para incentivar un estudio general de costos inicialmente como prueba piloto en Cinepolis Limonar Cali, para posteriormente acorde a los resultados tomar una decisión que involucre todos los cines de la región, pues este trabajo permite hacer un contraste que evidentemente afecta la información de costos con la que trabaja la entidad.
- Es importante aclarar que CINEPOLIS VIP, si posee un sistema de información y guía de sus empleados similar a un manual de procesos, lo que se notó en el desarrollo de este trabajo es que ese manual incluye aspectos generales de los procedimientos, y que en entrevista

con los trabajadores estos han ido cambiando con el propósito de hacer el procedimiento más eficiente o con una preparación que reconoce al producto como de alta cocina. Dicho manual que permite entender la elaboración de cualquier producto es el flujo grama de actividades expuesto en la sección 5.2.2, donde se expone el paso a paso para la elaboración de los tres productos objeto de estudio.

8 BIBLIOGRAFIA.

ANGEL URUEÑA, Carlos Alberto. Universidad del Valle. Facultad de Ciencias de la Administración. Santiago de Cali, Colombia. Notas de clase para el curso de procesos de costos II, 2010.

AYAVIRI GARCÍA, Daniel. Contabilidad básica y documentos mercantiles. Argentina: N-DAG, 2003.

BACKER, Jacobsen y RAMÍREZ. Contabilidad de costos: un enfoque administrativo para la toma de decisiones. México: McGraw-Hill, 1997

BERNAL, Cesar. Metodología de la investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales. 2 ed. México D.F: Pearson Educación, 2006. p. 55.

BLANCO, R. El perfeccionamiento empresarial en Cuba. La Habana, Cuba: Félix Varela, 1999

BORRAS, F. y otros. Contabilidad, auditoría y fiscalidad. Facultad de Contabilidad y Finanzas, Universidad de La Habana. Cuba: Félix Varela, 1995

CACHANOSKY, Juan C. Historia de las teorías del valor y del precio Parte I. En: Libertas. Mayo, 1994. No. 22.

CUEVAS, Carlos. Contabilidad de costos: enfoque general y de gestión. 3 ed. Colombia: Pearson educación, 2010. p. 4.

Contabilidad de costos: un enfoque administrativo para la toma de decisiones. México: McGraw-Hill, 1996

DERL RIO GONZALEZ, Cristóbal, CRISTOBAL DEL RIO SANCHEZ, Cristóbal. Costos para administradores y dirigentes. 2 ed. México D.F: Thompson, 2004. p. III-13

FERNÁNDEZ, M. Contabilidad moderna I teneduría de libros y principios de contabilidad. La Habana, Cuba: Emecsa, 1950

FIGUEIRA, Marcelino. Integración de Los Conocimientos De Costos, en Contribuciones a la Economía, Julio 2012, p. 19-20 (2012), tomado de: <http://www.eumed.net/ce/2012/mf2.html>

GARCÍA COLÍN, Juan. Contabilidad de costos. 2 ed. México: McGraw-Hill, 2001. p. 116.

GERTZ MAÑERO, Federico. Origen y evolución de la contabilidad. 6 ed. México: Trillas, 1978

GÓMEZ RONDON, F. Contabilidad de costos I: sistemas de costos industriales. Caracas: Frigor, 1990

HORNGREN, Charmles, DATAR, Sriikant y RANJA, Madhav. Contabilidad de costos un enfoque gerencial. 14 ed. México: Pearson, 2012. p. 4.

HARRINTON. HJ. Mejoramiento de los procesos de la empresa. Mc GRAW- HILL. Bogotá Colombia. 1995. p. 98

MINISTERIO DE FINANZAS Y PRECIOS DE LA REPÚBLICA DE CUBA.. Normas Cubanas de información Financiera. Resolución 235 de 2005

OSORIO SANCHEZ, Israel. Auditoria IV; Auditoria I; Fundamentos de auditoria. México D.F.: Thomson, 2007

POLIMENI, FABOZZI y ADELBERG. Contabilidad de costos: concepto y aplicaciones para la toma de decisiones gerenciales. México: McGraw-Hill, 1998

POTES, Deverson Andres y SANTANA Gustavo. Diseño de un sistema de costos aplicando la metodología de costeo abc en el área de coffee tree y dulcería para cinepolis Limonar de Santiago de Cali 2011. Trabajo de grado Contador Público. Cali (Colombia): Universidad del Valle. Facultad de ciencias de la administración. Programa de Contaduría Pública, 2011. 162 p.

Plan único de cuentas para comerciantes artículo 39 del decreto reglamentario 2649 de 1993.

RAMIREZ, D. Contabilidad administrativa. México: McGraw-Hill, 1997

SANTILLANA GONZALES, Juan Ramón. Auditoria IV; auditoria interna integral; administrativa, operacional y financiera México D.F.: Thomson, 2002

SARDUY, A., et.al. La regulación contable cubana en el periodo revolucionario. Apuntes para una historia. . La Habana, Cuba: Observatorio de la Economía Latinoamericana N° 81, 2007

SÍDNEY, Davidson & ROMÁN L. Weil. Biblioteca Mc Graw Hill de la contabilidad. Tomo I; 3 ed. México: Mc Graw Hill, 2005

SINISTERRA, Gonzalo y Otros. Contabilidad sistema de información para las organizaciones. Bogota. McGraw- Hill, 1997.p. 2.

TERÁN GANDARILLAS, Gonzalo J. Temas de contabilidad básica e intermedia. 4 ed. Bolivia: Educación y Cultura, 1998

THOMPSON, J. Historia de la contabilidad, portal de mercadotecnia con artículos, directorios y foros, 2008

TIBURCIO, C. Eventos estáticos e eventos dinámicos no sector de servicios. V Congreso internacional de costos: costos, productividad y rentabilidad, Acapulco: 1997

TORRES SALINAS, Aldo. Contabilidad de costos: análisis para la toma de decisiones. 3 ed. México: McGraw-Hill, 2010. p. 28.

VÁSQUEZ, Roberto y BONGIANINO, Claudia A. Principios de teoría contable. Buenos Aires.: Aplicación Tributaria S.A, 2008. p. 19. ISBN: 978-987-1487-02-8.

VENTURA BRICEÑO, Marialexandra. Estudio de Factibilidad para la instalación de un cine en la Guaira Universidad católica Andrés bello Caracas – Venezuela 200.p1- 121.

9 WEBGRAFIA.

- <http://www.elespectador.com/noticias/cultura/cine-colombia-crece-impopularidad-articulo-386516->
- <http://www.dinero.com/negocios/articulo/aumentan-asistentes-cine-colombia/148744>
- www.cinepoliscorporativo.mx
- <http://www.duiops.net/cine/inicios-del-cine.html>
- <http://colombiadigital.net/actualidad/articulos-informativos/item/1419-cine.html>
- <https://es.wikipedia.org/wiki/Cin%C3%A9polis>.
- http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/economicas/2006862/lecciones/capitulo%209/cap9_f.htm
- <https://intranet.cinepolis.com/SitePages/mision.aspx>
- <https://intranet.cinepolis.com/SitePages/vision.aspx>
- <https://intranet.cinepolis.com/SitePages/valores.aspx>
- http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/economicas/2006862/lecciones/capitulo%209/cap9_f.htm