



**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE:**

TECNÓLOGO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TEMA:

**ANÁLISIS DE LOS COSTOS OPERATIVOS DEL PATIO DE COMPRA Y
VENTA DE VEHÍCULOS J´MOTOR**

Autor: Cirino Chamaidan Lisania Leonela

Tutor: Dr. C. Elena Tolozano Benites

Guayaquil – Ecuador

2020

DEDICATORIA

Mi presente trabajo de tesis lo dedico principalmente a Dios por ser el inspirador y darme las fuerzas e inteligencia para continuar con este proceso y lograr uno de mis mayores anhelos.

A mis maravillosos padres por su gran amor, confianza y sobre todo su gran sacrificio para que yo pueda cumplir con este sueño, gracias ustedes he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy.

Cirino Chamaidan Lisania Leonela

AGRADECIMIENTO

Gracias a Dios por permitirme estar junto a mi familia ya que ha sido parte fundamental para mí en este proceso, a mis padres por sus sabios consejos y su grande apoyo que ha sido sumamente importante en mi vida personal y profesional.

Cirino Chamaidan Lisania Leonela



INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE: TECNÓLOGO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TEMA:

**ANÁLISIS DE LOS COSTOS OPERATIVOS DEL PATIO DE COMPRA Y
VENTA DE VEHÍCULOS J´MOTOR**

Autor: Cirino Chamaidan Lisania Leonela

Tutora: Mg. Elena Tolozano Benites

Resumen

El patio de compra y venta de vehículos J´motor es un negocio familiar dedicado a la comercialización de vehículos de segunda mano. Inicio sus operaciones hace alrededor de 15 años atrás a través de la iniciativa de uno de los integrantes del grupo familiar, el problema actual de J´Motor, radica que no manejan costos operativos, de la compra-venta de un vehículo sin reparar; y la compra-venta de un vehículo reparado y remodelado y esto ocasiona que se desconozca la rentabilidad que dejan, por tanto el objetivo general de la investigación propone analizar los costos operativos para incrementar la rentabilidad en el patio de compra y venta de vehículos J´ Motor. Desde el análisis cuantitativo y cualitativo, se ha determinado que la operación puede optimizar sus costos y mejorar su rentabilidad con una inversión de \$7.590, se puede proyectar el incremento de la utilidad causada por la optimización de los costos operativos del Patio de compra y venta de autos J´ Motor.

Se concluye que un plan de mejoras y optimización en los costos operativos de la empresa provoca un aproximado de \$40.829,09 mensuales en utilidad.

Palabras clave: rentabilidad, costos, operación, ventas, vehículos.



**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE: TECNÓLOGO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

TEMA:

**ANALYSIS OF THE OPERATING COSTS OF THE YARD FOR THE
PURCHASE AND SALE OF J´MOTOR VEHICLES**

Autor: Cirino Chamaidan Lisania Leonela

Tutora: Mg. Elena Tolozano Benites

Abstract

The yard for the purchase and sale of J´motor vehicles is a family business dedicated to the sale of second-hand vehicles. It started its operations about 15 years ago through the initiative of one of the members of the family group, the current problem of J'Motor, is that they do not handle operating costs, of buying and selling an unrepaired vehicle; and the purchase and sale of a repaired and remodeled vehicle and this causes the profitability they leave to be unknown, therefore the general objective of the research proposes to analyze operating costs to increase profitability in the yard for buying and selling vehicles J´ Motor. From the quantitative and qualitative analysis, it has been determined that the operation can optimize its costs and improve its profitability with an investment of \$ 7,590, it is possible to project the increase in profit caused by the optimization of the operating costs of the Patio of purchase and sale of J 'Motor cars. It is concluded that an improvement and optimization plan in the company's operating costs causes an approximate monthly profit of \$ 40,829.09 per month.

Keywords: profitability, costs, operation, sales, vehicles.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTO	ii
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	iii
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT.....	viii
Resumen.....	ix
Abstract	x
ÍNDICE GENERAL	xi
INDICE DE TABLAS	xiii
INDICE DE FIGURAS.....	xiii
CAPÍTULO I.....	1
EL PROBLEMA.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
Ubicación del problema en un contexto.....	1
Situación en conflicto	1
Formulación del problema.....	2
Delimitación del problema.....	3
Evaluación del problema	3
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	4
Objetivo general.....	4
Objetivos específicos	4
JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN	5
CAPÍTULO II	1
MARCO TEÓRICO.....	1
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	1
Ente económico: definición y tipos	3
Contabilidad: generalidades	5
Usuarios de la información financiera	6
Concepto de gastos e ingresos.....	8
Gastos	8
Gastos operativos: definición y tipos.....	9
Ingresos	11
Costos operativos.....	12

Rentabilidad.....	13
Calculo de la rentabilidad.....	15
Rentabilidad económica.....	16
Rentabilidad financiera.....	17
CAPÍTULO III.....	1
METODOLOGÍA.....	1
PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA.....	1
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	9
Enfoque de la investigación.....	9
Cuantitativo.....	9
Cualitativo.....	9
Métodos de investigación.....	9
Histórica.....	9
Tipos de investigación.....	9
Explicativo.....	9
Descriptivo.....	10
Técnicas de investigación.....	10
Observación directa.....	10
Análisis documental.....	10
CAPÍTULO IV.....	14
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	14
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	22
BIBLIOGRAFÍA.....	25

INDICE DE TABLAS

Cuadro 1. Registro de costos y ventas realizados en 2019	12
Cuadro 2. Gastos en personal.....	13
Cuadro 3 Gastos en personal.....	13
Cuadro 4 Procesos que deben mejorar	15
<i>Tabla 5. Estado de pérdidas y ganancias</i>	<i>16</i>
Cuadro 6 Impacto económico.....	18
Cuadro 7 Propuesta de solución – Macro Proceso	19
Cuadro 8 Propuesta de solución – Distribución de los costos	21

INDICE DE FIGURAS

Figura. 1 Clasificación de los entes económicos.....	4
Figura: 2 Usuarios de la información.....	7
Figura: 3 Logotipo de la empresa	2
Figura: 4 Organigrama de la empresa	2
Figura: 5 ANALISIS FODA.....	4
Figura: 6 Procesos de compra	6
Figura: 7 Procesos de venta.....	7
Figura: 8 Procesos de mantenimiento vehicular	8

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ubicación del problema en un contexto

El mundo está en constante cambio y lo que usamos ayer, hoy, ya está pasado de moda. La tecnología está avanzando a pasos agigantados y una ola masiva de innovaciones promete llevarnos a un entorno completamente diferente. Parte de este cambio lo lidera la industria automotriz, los fabricantes de automóviles han invertido millones de dólares para desarrollar tecnologías que formarán parte del uso diario en los próximos años. Soluciones en términos de movilidad, seguridad, eficiencia, entretenimiento y sobre todo autonomía son algunas de las tendencias en la industria automotriz que serán capaces de ofrecer nuevas experiencias al usuario (IDAT, 2019).

La nueva visión de la conducción ve más allá del potencial del vehículo, la tecnología de estos vehículos utiliza sensores para controlar el estado emocional del conductor y sus acompañantes, a través de las expresiones faciales, ritmo cardiaco, entre otros datos, personaliza el espacio del usuario ajustando niveles de sonidos, luz y vibración de asientos en tiempo real. El mercado automotor sigue siendo un campo de innovación constante. Las nuevas tecnologías que desarrollan las marcas dan un plus a sus productos garantizando producción de vehículos más cuidadosos con el medio ambiente, más seguros e innovadores (El País, 2016).

El sector necesita de la tecnología. No podrá hacer frente a ningún reto sin las capacidades que las soluciones y herramientas tecnológicas que sean capaces de aportar en la gestión comercial. Por tanto, es indiscutible que esta innovación conlleve a un cambio estructural en sus costos operativos,

los mismos que deberán ser asumidos por la gestión comercial y consecuentemente pasarla a la factura de los consumidores del producto o servicio. Lograr la disminución de los costos operativos, podrían ser de un excelente beneficio para las empresas, siempre que se pueda evaluar el margen de ganancias se evalúa en los resultados del negocio, es decir la rentabilidad. (Calderón Á. , 2016)

El patio de compra y venta de vehículos J´motor es un negocio familiar dedicado a la comercialización de vehículos de segunda mano. Inicio sus operaciones hace alrededor de 15 años atrás a través de la iniciativa de uno de los integrantes del grupo familiar, quien conocía de la reparación de vehículos y visitaba, a manera de hobby, los patios de compra y venta de vehículos para negociar partes y vehículos que requieran una mínima inversión para funcionar.

Viendo en este contexto, que los vehículos eran adquiridos por terceros, y que tenía un ingreso rentable por su comercialización, inició con la compra de un vehículo, y a medida que su trabajo se reflejaba en el buen estado de los vehículos que reparaba, su padre y su madre se unen al negocio, comprando cada uno un vehículo a ser reparado y luego vendido a un mejor precio. Es así que actualmente, sus padres y sus primos son parte del negocio familiar, teniendo en alquiler un patio de compra y venta de vehículos, ubicado en la Av. Juan Tanca Marengo, frente a la gasolinera Primax en la ciudad de Guayaquil.

Situación en conflicto

Para el sector comercial de la ciudad de Guayaquil, específicamente el de la compra y venta de vehículos, el resultado del estudio puede implicar cambios sustanciales en su crecimiento económico e incidir directamente en su mercado objetivo, por lo que es necesario evaluar la incidencia que dicho resultado en este tipo de negocios o similares, que tienen una forma

tradicional de comercializar la venta de vehículos e identificar los costos operativos que puede incluirse para este tipo de empresas.

El patio de compra y venta de carros J'Motors, es un negocio familiar que ha venido creciendo paulatinamente, y sin mayores complicaciones ya que lo que ingresa de la venta de los vehículos se lo invierte en una nueva compra, esta venta genera una utilidad que puede también ser usada para la adquisición de piezas y partes de vehículos de otros carros que son remodelados para luego ser vendidos. El problema actual de J'Motor, radica que no manejan costos operativos, de la compra-venta de un vehículo sin reparar; y la compra-venta de un vehículo reparado y remodelado y esto ocasiona que se desconozca la rentabilidad que dejan. Se busca que el presente estudio propicie realizar ajustes a los costos operativos para optimizar los gastos del negocio, contribuyendo al incremento de la rentabilidad.

De allí que se requiere conocer los costos operativos que conlleva: la compra-venta de los vehículos sin reparación; y la compra-venta con reparación y/o remodelación de las unidades vehiculares, a fin de determinar los costos operativos y el nivel de gastos en general que tiene el negocio, para calcular una rentabilidad adecuada que pueda sostener el negocio familiar y que le permita un crecimiento adecuado en el tiempo.

Formulación del problema

¿Cómo disminuir los costos operativos para incrementar la rentabilidad en el patio de compra y venta de vehículo J'motor, ubicado en la ciudad de Guayaquil, provincia Guayas, primer semestre del 2020?

Variable independiente: Costos operativos

Variable dependiente: incremento de rentabilidad

Delimitación del problema

Campo: Financiero

Área: Costos operativos

Aspecto: Incrementación de la rentabilidad

Contexto: Patio de compra y venta de vehículos J´motor

Cantón: Guayaquil

Provincia: Guayas

Año: Primer semestre del 2020

Tema: Análisis de los costos operativos del patio de compra y venta de vehículos J´motor.

Evaluación del problema

El diseño de la investigación solo aportará los beneficios esperados si cumple con ciertas características, la cuales se detallan a continuación:

Relevante: Ya que el presente estudio aportará para el Taller J´ Motor, mediante el análisis de los costos, la información que sirva de base para el incremento de la rentabilidad y así resolver la problemática que se presenta.

Conciso: Considerando los procesos involucrados en la investigación se vuelve imperativo que el documento refleje en justa medida los objetivos que ayuden a Taller J´ Motor en su crecimiento empresarial en base a los costos operativos.

Concreto: Se presenta información del Taller J´ Motor tanto de su operación, sus costos operativos y sus procesos de manera resumida para una mejor comprensión de su situación y la forma de resolverla.

Viable: El acceso a la información de Taller J' Motor, sus procesos y registros permitirá que la investigación sea bien orientada desde una fuente de datos primaria, garantizando que se contará con los permisos adecuados para entender la problemática desde la evidencia documental y observación dentro de la empresa, además de la capacidad profesional y los equipos para buscar los mejores resultados.

Congruente: Los elementos de los costos operativos dentro del negocio y la posible reducción de costos dentro de Taller J' Motor permiten que la investigadora pueda demostrar la capacidad analítica y técnica de la investigadora, ya que está acorde a la temática de estudio.

Vigente: La recopilación de estudios, documentos y bibliografía actualizadas son fundamentales para acoplar los datos de los costos operativos a la realidad del mercado, ya que la crisis económica vivida en Ecuador post pandemia ha afectado a muchos negocios locales.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo general

Analizar los costos operativos para incrementar la rentabilidad en el patio de compra y venta de vehículos J' Motor

Objetivos específicos

- Fundamentar aspecto teóricos contables en relación con los costos operativos, puntualizando su relación con el incremento de la rentabilidad en las empresas.
- Diagnosticar el nivel actual de los costos operativos que tiene el patio de compra y venta de vehículos J'motor, con la finalidad de incrementar la rentabilidad

- Presentar alternativas para disminuir los costos operativos y así contribuir al incremento de la rentabilidad del patio de compra y venta de vehículos J´motors.

JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN

El diagnóstico base de la investigación permitirá identificar la pertinencia de tener costos operativos el patio de compra y venta de vehículos J´motors, frente a la demanda de vehículos reparados y puestos a la venta, en el marco de un conjunto de mejores prácticas y estándares en procesos que brindan los patios de compra y venta de vehículos de la ciudad de Guayaquil.

Mediante una estructura de costos, clara, definida y práctica, se pretende aportar significativamente al incremento de la rentabilidad del negocio, ya que se podrá identificar hasta que nivel de gastos se pueden permitir en la reparación o mantenimiento de un vehículo comprado y puesto en venta y el valor de venta que debe tener ese vehículo, de manera racional y proporcional al nivel de rentabilidad deseable.

La estructura contable de los costos que se identifique para la presente investigación servirá de base para que el Patio J´Motor, pueda seguir utilizándolo y le permita controlar de manera adecuada los niveles de sus costos y así se incrementa rentabilidad mensual, así como el capital de trabajo necesario para cuando existan compras de vehículo de oportunidad.

La utilidad metodológica está en función de la metodología de la investigación que utiliza en la realización del diagnóstico del nivel actual de los costos operativos que tiene el patio de compra y venta de vehículos J´motor y cómo afecta al incremento de la rentabilidad, estos son tipos de investigación descriptivo, explicativo y correlacional conjuntamente con las técnicas de la observación y el análisis documental, lo que conlleva a las conclusiones y recomendaciones del estudio.

Esta investigación tiene relevancia social enmarcada en lo que establece el Plan Nacional de Desarrollo, Toda una vida porque entre sus objetivos está el de mejorar la calidad de vida de las personas que forman parte del estudio ya que los principales beneficiarios del negocio son consumidores finales y colaboradores que tienen una relación familiar con el Taller J' Motor.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Antecedentes históricos

La evolución de los coches a lo largo de la historia llevó a que el automóvil no sufriera cambios radicales a lo largo de gran parte del siglo XX. Y es que desde que Mercedes-Benz introdujo su Patent-Motorwagen, en 1886, hasta la década de los años 30, llegaron al motor la mayor cantidad de innovaciones que configuraron el concepto actual de coche. Aquél primer coche de la historia creado por Karl Benz y Gottlieb Daimler utiliza numerosos elementos de los antiguos carros tirados por caballos. De hecho, el neumático, los faros, la suspensión y muchos otros sistemas que emplean y emplearon los coches desde el principio, ya habían sido introducidos en calesas o berlinas que, por cierto, eran un tipo de carruaje (Firststop, 2019).

Además de la lucha comercial entre las marcas, que llegaría un poco más tarde, seguramente, lo que más ha hecho evolucionar al automóvil a lo largo de la historia ha sido la competición. Tras el parón de una década que representó la Segunda Guerra Mundial, en los años 50 empezaron a llegar coches realmente avanzados a las calles. Entonces surgió la preocupación por la escasez de combustible y se fue consciente de la finitud de ese recurso. Por eso, en los 70 se volvió a apostar por los coches eléctricos y los fabricantes desarrollaron los primeros motores ahorradores. Llegó por entonces la inyección electrónica a hacer posibles grandes avances en materia de eficiencia (Firststop, 2019).

Los 90 representaron la llegada de los sistemas de seguridad electrónicos al automóvil que, por primera vez, era capaz de proteger al conductor. En

Europa, la creación del programa Euro NCAP hizo evolucionar rápidamente a los coches y su seguridad pasiva. Las marcas comenzaron un proceso de alianzas y uniones que sigue todavía hoy en día (Firststop, 2019).

Europa por su parte contribuyó en su historia en contraste con Norteamérica con vehículos más pequeños y versátiles y dueños de una identidad más particular. Francia, Gran Bretaña, Suecia, Italia, alumbraron marcas muy especiales: Peugeot, Austin, Land Rover (especialmente su modelo Defender si nos seduce el safari), Volvo, Fiat, por citar tan solo unos ejemplos (Vega G. , 2017).

Korea del Sur en una sola generación dio un salto cualitativo inusual: pasar de la extrema pobreza al más alto desarrollo tecnológico en su país, a pesar de haber pagado un alto costo humano medido por el inusual estrés académico de los coreanos y un súbito incremento inusitado de los suicidios. Hyundai y Kia mejor le representan en el campo automotriz, mientras la japonesa Toyota sigue siendo la fábrica que más autos produce para el mundo. En los últimos años la Policía nacional del Ecuador, patrulla sobre un relevante número de autos y jeeps de marca Kia. El grupo Eljuri es la firma nacional importadora y ensambladora tanto de Kia como de Hyundai coreanas. La marca Chevrolet norteamericana tampoco es ajena a la Policía pues también innumerables unidades fueron adquiridas al Grupo Eljuri (Vega G. , 2017).

En Korea la tecnología no sólo acolita los autos. LG impresiona. Samsung, es uno de los gigantes mundiales de la televisión y los teléfonos celulares. Se alista hoy a vender masivamente sus móviles S8 luego del fracaso estrepitoso tras la explosión sistemática de sus erráticos S7 (Vega G. , 2017).

Actualmente, la evolución de los vehículos ha desacelerado, y a razón de austeridad, los costos han sido un pilar importante por el cual las personas buscan un ahorro en vehículos usados que por sus condiciones optimas

reflejan un estado de nuevo. Una de las razones por las que mucha gente prefiere autos usados es el precio ya que generalmente el valor de los autos se deprecia con el tiempo. La mayor parte de la depreciación se produce en los tres primeros años de vida del auto (El mundo y la historia, 2011).

El valor se reduce drásticamente tan pronto como el auto sale de la sala del almacén en donde fue comprado. La gente que compra autos nuevos tiene que pagar miles de dólares por un auto nuevo, mientras que aquellos que deciden comprar autos usados, logran pagar valores menores por la compra de su auto. Esto es cierto incluso para los últimos modelos de autos, aunque estos tienen un precio ligeramente más alto que los modelos más antiguos que se encuentran en sus muestras de autos usados para la venta (El mundo y la historia, 2011).

Mientras la danza de la tecnología y la opulencia circulaban en países desarrollados, el Ecuador llegando tarde a la industria y la tecnología del mundo, país agrario, con resabios feudales y de capitalismo temprano, con fuertes dosis remanentes de esclavismo del campo y la ciudad, recién aunando esfuerzos de corte-y-pega con partes importadas y un aporte más artesanal que industrial creó por primera vez el vehículo de marca Andino. Valioso aporte de AYMESA que a pesar de una versión rústica dio un campanazo para ofrecer vehículos de trabajo, no de paseo en un Ecuador atrasado en la modernidad. El papel empresarial de Carlos Arízaga Vega en esta primera gestación y alumbramiento de vehículos ecuatorianos, debe ser reconocido.

Actualmente Maresa y otras ensambladoras arman carros de patente extranjera dentro del país, aún a costos muy altos en comparación con aquellos países que han logrado acuerdos internacionales mediante tratados de libre comercio. Firmado un tratado de libre comercio con la Unión Europea y, entrando en vigencia el primero de enero de 2017, para exoneración de autos, todavía hay que esperar entre 7 y 10 años, pues un 5% menos inmediato parece no hacerle ni cosquillas al monto de

desgravamen.

Antecedentes teóricos

Ente económico: definición y tipos

Para Vallejo y Chiliquinga (2017):

La empresa se conceptualiza como una unidad económica que mediante la combinación de los factores de la producción, ofrece bienes y/o servicios de excelente calidad a precios razonables para los consumidores, con el propósito de obtener un beneficio económico y/o social. Toda empresa sea industrial, comercial o de servicios lleva a cabo procesos económicos y financieros que afectan a la sociedad; por lo tanto, es necesario que tengan una base legal sobre la cual puedan rendir cuentas; y, además una estructura financiera que le permita proporcionar información sobre su situación (pág. 1).

Según Sinisterra y Rincón (2018) definen a un ente económico como una actividad económica organizada como unidad para la cual se debe establecer un adecuado control en el manejo de sus recursos, además dependiendo de su conformación legal, se consideran negocios individuales, negocios unipersonales y empresas de propiedad múltiple. Una empresa unipersonal está conformada por una persona natural o jurídica que requiere de inscripción en el registro mercantil y de documento escrito. Las empresas de propiedad múltiple están conformadas por un grupo de personas que constituyen la sociedad mediante escritura pública levantada ante una notaría y por medio de otras formalidades.

De acuerdo con la actividad económica que desarrollan, los entes económicos se suelen clasificar como empresas de servicios, comerciales, de manufactura, mineras, de construcción y agropecuarias. Como el

alcance de la presente obra se centra en las empresas de manufactura, solo se provee esta definición. Una empresa industrial es un ente económico dedicado a la adquisición de materias primas, sobre las cuales se aplica un proceso tecnológico de transformación hasta su transformación en productos terminados (Sinisterra y Rincón , 2018).

Los entes económicos suelen clasificarse obedeciendo su mercado objetivo y producto/servicio ofrecido, tal como se muestra en la figura: 1, que se muestra a continuación

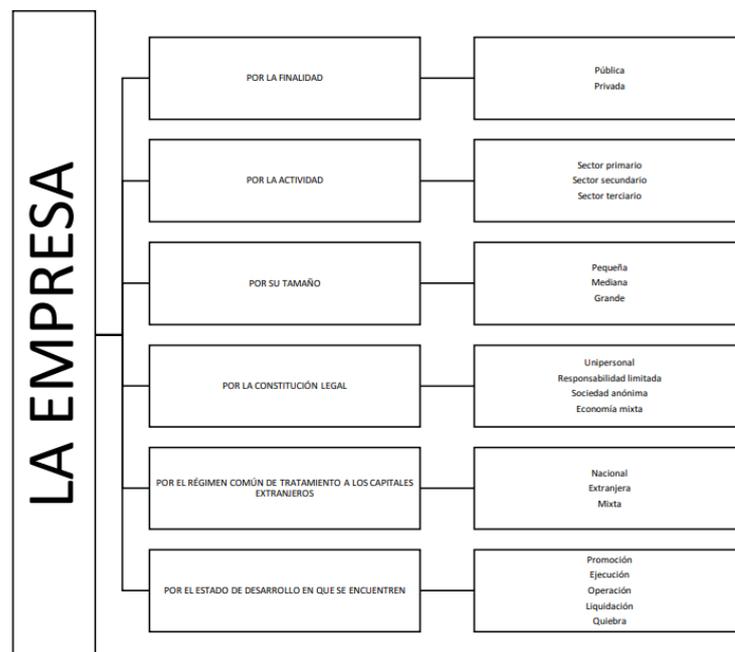


Figura. 1 Clasificación de los entes económicos
Fuente: Vallejo y Chilingua (2017)

Entre otros aspectos, por el producto que ofertan se determinan en empresas comerciales que son aquellas que se dedican a la compra-venta de mercaderías (artículos elaborados por el sector de la producción), actuando como intermediarios entre productores y consumidores, actividad que les permite obtener adecuados márgenes de ganancia. Y las empresas industriales que son aquellas empresas que utilizando los factores de la producción (dinero, maquinaria, materiales, mano de obra y tecnología) transforman de forma o de fondo las materias primas en productos terminados o semielaborados, los mismos que posteriormente son

comercializados generando márgenes de utilidad (Vallejo y Chilibingua, 2017).

Por tanto, un ente económico puede ser toda persona o un grupo de personas que generan un producto o servicio, obedeciendo a diversos parámetros pueden ser micro empresas o multinacionales, es así que el Taller J' Motor se puede catalogar como una microempresa familiar del sector terciario, con inversión ecuatoriana y cobertura local.

Contabilidad: generalidades

De manera general, y según García (2014) se define la contabilidad como un sistema de información cuantitativo que debe satisfacer las necesidades de diferentes usuarios que acuden a la información financiera de las organizaciones, para tomar las decisiones más adecuadas sobre las mismas. Vallejo y Chilibingua (2017) afirman que el propósito fundamental de la contabilidad es proporcionar información financiera afín a una entidad económica, información que permite el diagnóstico y la toma de decisiones. Según Jesús Omeñaca (2016), la Contabilidad se define como:

...ciencia que orienta a los sujetos económicos para que éstos coordinen y estructuren en libros y registros adecuados la composición cualitativa y cuantitativa de su patrimonio (= estática contable), así como las operaciones que modifican, amplían o reducen dicho patrimonio (= dinámica contable). (2016, pág. 21)

Según Roberto Gómez (2004), citando a Schneider (1960), afirma:

...que el término Contabilidad se refiere conjuntamente a las anotaciones y cálculos que se hacen en una empresa con el fin de ofrecer un cuadro numérico de los hechos reales, y disponer de una base numérica que sirva de orientación a la gerencia. (2004, pág. 1)

Dependiendo de su orientación y el enfoque direccionado a la información, se tienen diversos tipos de contabilidad. Entre ellas la financiera, tributaria y la gerencial. La contabilidad financiera se relaciona

básicamente con la elaboración y presentación de información a personas ajenas a la empresa, la contabilidad tributaria se encarga de preparar y declarar información para el usuario fiscal y la contabilidad gerencial se ocupa de proveer información a las personas encargadas de tomar las decisiones dentro de la organización (Sinisterra y Rincón , 2018).

La contabilidad vista desde un enfoque amplio es un sistema de información cuantitativo que se convierte en una herramienta valiosa e importante de la empresa, ya que con ella se puede identificar los elementos que mueven al negocio, asimismo, las estructuras contables permiten a la gerencia, tomar las decisiones adecuadas para sacar adelante la empresa.

Usuarios de la información financiera

Los usuarios de la información financiera pueden clasificarse en dos grupos:

- Usuarios internos Son aquellas personas que laboran en la empresa y que tienen acceso a la información financiera en forma variada; es decir, información según sus necesidades particulares. (García, 2014)
- Usuarios externos Se relacionan con la empresa desde afuera y se les proporciona información histórica; es decir, cuando las cosas ya han sucedido y, en algunos casos, reciben también información financiera proyectada. (García, 2014)

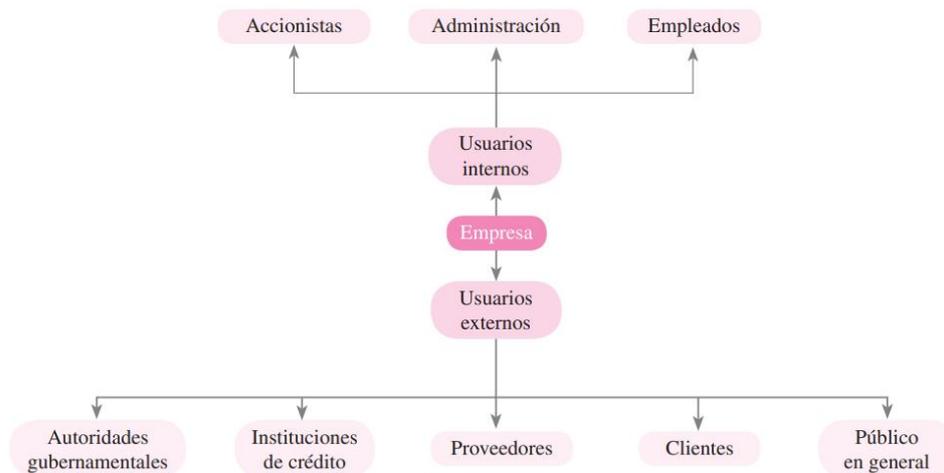


Figura: 2 Usuarios de la información

Fuente: García (2014)

En la figura: 2, se presentan los distintos usuarios de la información financiera. Según García (2014) Todos los usuarios acuden a la información financiera de la empresa para satisfacer sus necesidades particulares de información, por ejemplo:

- Accionistas: Conocer y evaluar el riesgo y el retorno que tendrá su inversión.
- Administración: Contar con informes que sean utilizados en la planeación, el control y la toma de decisiones para conducir a la organización al logro de los objetivos establecidos.
- Empleados: Conocer la utilidad que genera la empresa y la participación que tienen en esa utilidad, así como la estabilidad y expectativas de desarrollo que ofrece la organización.
- Autoridades gubernamentales: Recaudar los impuestos que genera la empresa, así como obtener la información estadística necesaria para orientar las políticas macroeconómicas del país.
- Instituciones de crédito: Determinar si los créditos solicitados por la empresa son proporcionales a sus necesidades y nivel de endeudamiento; conocer la capacidad de pago y saber si les será

posible liquidar oportunamente el crédito y el servicio de la deuda; además, conocer la posición financiera de la empresa durante la vigencia del crédito.

- Proveedores: Conocer la capacidad de pago de la empresa para cubrir oportunamente los créditos.
- Clientes: Evaluar la continuidad que tendrá la operación de la empresa y garantizar el suministro de productos o servicios.
- Público en general: Estudiar y evaluar la conveniencia de invertir en la empresa.

En el contexto del uso de la información contable, es de relevante necesidad mantener un orden cronológico de todas las compras y ventas realizadas, así como los demás gastos que se implican de manera directa e indirecta en la operación, ya que esta sirve al propósito de investigación y evaluación a clientes, consumidores, proveedores y administrativos.

Concepto de gastos e ingresos

Gastos

El Centro de Estudios Financieros (2019), afirma que cualquier empresa –industrial, comercial o de prestación de servicios– para funcionar normalmente le resulta ineludible adquirir ciertos bienes y servicios como son: mano de obra, energía eléctrica, teléfono, etc. Por lo que, la empresa realiza un gasto cuando obtiene una contraprestación real del exterior, es decir, cuando percibe alguno de estos bienes o servicios. Así, incurre en un gasto cuando disfruta de la mano de obra de sus trabajadores, cuando utiliza el suministro eléctrico para mantener operativas sus instalaciones, etc.

El hecho de que la entidad utilice ciertos servicios le obliga a pagarlos. Por ello, es sumamente importante distinguir los conceptos de gasto y de pago. Se incurre en un gasto al disfrutar de cierto servicio; se

efectúa el pago del mismo en la fecha convenida, en el instante en que reciba el bien o servicio o en fechas posteriores, puesto que el aplazamiento del pago es una práctica bastante extendida en el mundo empresarial. Por lo tanto, la realización de un gasto por parte de la empresa lleva de la mano una disminución del patrimonio empresarial (Centro de Estudios Financieros, 2019)

Luego de revisados los conceptos se puede concluir que un gasto es todo pago que se realiza a proveedores o terceros por servicios que la empresa ha recibido, y pueden considerarse como una disminución de su patrimonio, mientras que los ingresos son catalogados como la unidad monetaria recibida a efectos de las ventas de productos o servicios realizadas por la empresa considerada como un aumento en el patrimonio.

Gastos operativos: definición y tipos

Los gastos operativos son aquellos que permiten mantener la actividad diaria de una compañía, que no suelen estar vinculadas de manera directa con la producción. Suele utilizarse tanto el término gastos operativos como gastos operacionales. Estos costes se ocasionan en el normal desarrollo de la entidad económica, según el objeto con el que se fundó y registran los gastos en los que se incurre durante un ejercicio en relación al planteamiento de desarrollo de la actividad ejecutiva financiera, legal, comercial y la dirección de la gestión administrativas. (Rondan, 2017)

El concepto de gastos operativos se distribuye en gastos financieros, gastos administrativos, gastos generales y gastos de representación. Este término incluye sueldos, comisiones de ventas, viajes, honorarios, transporte, servicios de oficina, beneficios para trabajadores, emisión de cheques, pago de intereses, arrendamientos y alquileres, seguros, impuestos, reparación y provisiones (Rondan, 2017).

Por lo tanto, un gasto operativo puede interpretarse en todo aquel egreso económico que tiene la empresa para que pueda funcionar apropiadamente, como son los pagos de colaboradores, publicidad, muebles y enseres o compra de insumos y materia prima.

Como se ha comentado, son muchos los costes y gastos en los que incurre una empresa. A continuación, se detallan los diferentes tipos de gastos operativos a los que puede llegar a hacer frente un negocio:

- Gastos administrativos: ejemplo de ellos son los sueldos, servicios de oficina como puede ser la compra de material, etc.
- Gastos financieros. Gastos operativos que hacen referencia a servicios relacionados con entidades bancarias, tales como intereses o emisión de cheques.
- Gastos hundidos. Un tipo de gastos operativos que se realizan justo en el momento anterior a que comiencen las operaciones inherentes a la actividad de la empresa.
- Gastos de representación. Gastos operacionales que se dan de manera más puntual, tales como viajes, regalos o comidas de empresa.

Es muy importante conocer cuáles van a ser los costes operativos antes de crear una empresa, ya que de ellos dependerá el precio que ponemos a nuestros productos con el objetivo de conseguir beneficios. Para ello, es imprescindible realizar un plan de operaciones que nos permita conocer cuál va a ser el coste de todo el proceso de producción de nuestro producto o servicio (Centro de Estudios Financieros, 2019)

Como se puede evidenciar, la identificación clara de los costos operativos y las cuentas a las que corresponden son un elemento imprescindible para que se pueda mantener una organización dentro de la empresa y asimismo, localizar rápidamente su estructura para manejar

reducción de costos e incremento de ingresos dentro de la operación de la empresa.

Ingresos

Se produce un ingreso cuando aumenta el patrimonio empresarial y este incremento no se debe a nuevas aportaciones de los socios. Las aportaciones de los propietarios en ningún caso suponen un ingreso, aunque sí un incremento patrimonial. Los socios las realizan con la finalidad de cubrir pérdidas de ejercicios anteriores o de engrosar los recursos con los que cuenta la empresa con el objeto de financiar nuevas inversiones o expansionarse (Pérez, 2017)

Es importante distinguir los ingresos de los cobros. Así, por ejemplo, si una empresa dedicada a la compraventa de electrodomésticos vende uno de éstos por 1.000 y acuerda con el comprador que éste lo hará efectivo a partes iguales en el momento de la venta y 30 días después, en la fecha de la venta, se produce un ingreso de 1.000. y un cobro de 500. El importe restante no se hará efectivo hasta dentro de 30 días, será en esa fecha cuando se produzca otro cobro de 500. (Pérez, 2017)

Si es importante diferenciar los gastos de los pagos y los ingresos de los cobros, no es menos relevante distinguir los gastos de las pérdidas y los ingresos de los beneficios. Ha de quedar claro que pérdidas y beneficios se determinan en función de los ingresos y gastos producidos en un período de tiempo determinado (Pérez, 2017).

Finalmente, cuando se habla de ingresos son todos los aportes positivos que tiene la empresa, ya sea por una fuente de ventas de productos o servicios o directamente por donaciones o compensaciones de socios por periodos anuales de tiempo.

Costos operativos

Los costes operativos, también conocidos como costes de operación o costes operacionales, son el tipo de costes en los que incurre una empresa en el desarrollo de la propia actividad del negocio. Algunos de los ejemplos de costes operativos son los salarios, alquiler de locales, compra de suministros, etc. El concepto de costes operativos es muy sencillo y representa a un tipo de costes a los que prácticamente todas las empresas deben hacer frente, desde pymes hasta multinacionales (Rondan, 2017).

Un negocio, en el transcurso de preparación de los productos y servicios que ofrece, incurre en varios tipos de costes en la empresa. Unos de los más populares son los costes operativos, que se generan por el desarrollo natural de la actividad económica del negocio. Para garantizar la marcha de una empresa, es necesario incurrir en una serie de costes para que el desarrollo de la actividad se realice adecuadamente. Dentro de estos costes, se encuentran dos tipos de costes operativos:

- Costes operativos fijos. Se trata de un coste operacional que no varía. Es decir, al margen del nivel de producción que abarque la empresa, este coste será siempre igual. Sería el caso, por ejemplo, del alquiler del local, cuya cuantía mes a mes no varía.
- Costes operativos variables. Este coste operativo, por el contrario, sí que variará en función del nivel de producción de la empresa. En el caso, por ejemplo, de que haya un nivel de producción mayor, posiblemente se necesiten horas extra de trabajo, lo que provoca que el sueldo a pagar a estos empleados sea mayor.

Los costes operativos de una empresa, por tanto, son aquellos en los que incurre una empresa una vez se realiza la inversión inicial y, por regla

general, engloban los gastos operativos y de mantenimiento. Es decir, los que se dan en el desarrollo de la actividad del negocio (Rondan, 2017).

Entonces, se considera un costo operativo, a todo elemento que permite que la empresa pueda funcionar en su aspecto de producción, clasificándose como costos fijos que son los que se mantendrán en el periodo de tiempo sin mayor variación en su valor y concepto, y costos variables que son los que por su naturaleza y la forma de intervenir en la producción, tienden a variar en el proceso de la operación del negocio.

Rentabilidad

Según Arturo (2019) la rentabilidad es la capacidad que tiene algo para generar suficiente utilidad o ganancia; sin embargo, una definición más precisa de la rentabilidad es la de un índice que mide la relación que existe entre la utilidad o ganancia obtenida o que se va a obtener, y la inversión realizada o que se va a realizar para poder obtenerla.

Es importante conocerla, ya que la rentabilidad de una inversión nos permite saber qué porcentaje del dinero o capital invertido se ha ganado o recuperado y, por tanto, qué tan bueno ha sido el desempeño de la inversión; o, en el caso de una inversión que aún no se ha realizado, saber qué porcentaje del dinero o capital que se va a invertir se va a ganar o recuperar y, por tanto, qué tan atractiva es (Arturo, 2019).

Para la Banca Privada (Observatorio del Inversor, 2012), la rentabilidad es el beneficio obtenido de una inversión. En concreto, se mide como la ratio de ganancias o pérdidas obtenidas sobre la cantidad invertida. Normalmente se expresa en porcentaje. Sin embargo, una definición más precisa de la rentabilidad es la de un índice o indicador que mide la relación que existe entre la utilidad o ganancia obtenida o que se va a obtener, y la inversión realizada o que se va a realizar para poder obtenerla.

La rentabilidad es la capacidad que tiene algo para generar suficiente utilidad o ganancia; por ejemplo, se dice que una empresa es rentable cuando sus ingresos son mayores que sus gastos, y la diferencia entre estos es considerada como aceptable; o que un producto, cliente o departamento de empresa es rentable cuando generas más ingresos que costos, y existe cierta diferencia entre estos (Observatorio del Inversor, 2012).

Siendo específicos, la rentabilidad mide qué porcentaje del dinero o capital invertido o que se va a invertir, se ha ganado o recuperado, o se va a ganar o recuperar. Por tanto, se conoce como rentabilidad económica a aquella que considera la utilidad obtenida antes de deducir intereses e impuestos; y como rentabilidad financiera a aquella que considera la utilidad obtenida después de deducir intereses e impuestos (Observatorio del Inversor, 2012).

Por tanto, la rentabilidad se puede comprender como el margen de ganancia que se tiene entre los ingresos y los egresos de la compañía, luego de pagar las cuentas involucradas en la operación. Se considera además que la rentabilidad se basa en que los ingresos deben superar los gastos y mientras exista una optimización de costos se puede generar una mayor rentabilidad en la operación de la empresa.

Utilidad de la rentabilidad

La principal utilidad de conocer la rentabilidad de una inversión que ya se ha realizado (rentabilidad obtenida) nos permite saber qué porcentaje del dinero o capital invertido se ha ganado o recuperado y, por tanto, qué tan bueno ha sido el desempeño de la inversión. Mientras que conocer la rentabilidad de una inversión que aún no se ha realizado (rentabilidad ofrecida o esperada), nos permite saber si la inversión es rentable, y qué porcentaje del dinero o capital que se va a invertir se va a ganar o recuperar y, por tanto, qué tan atractiva es (Arturo, 2019).

Asimismo, en caso de contar con varias alternativas de inversión, conocer la rentabilidad de estas nos permite compararlas, y conocer cual es la más atractiva. La importancia del análisis de la rentabilidad viene determinada porque, aun partiendo de la multiplicidad de objetivos a que se enfrenta una empresa, basados unos en la rentabilidad o beneficio, otros en el crecimiento, la estabilidad e incluso en el servicio a la colectividad, en todo análisis empresarial el centro de la discusión tiende a situarse en la polaridad entre rentabilidad y seguridad o solvencia como variables fundamentales de toda actividad económica (Sánchez, 2010)

Es importante conocer la utilidad de la rentabilidad para darle un propósito específico y que pueda generar mayores beneficios a la empresa, por lo general la rentabilidad (o excedente) que se tiene luego del pago de interés y otros gastos propios de la operación, puede ser considerada como parte de las inversiones de la empresa para su eventual crecimiento así como para mantenerla en pólizas o compra de maquinarias que permitan un desarrollo sostenido del negocio.

Calculo de la rentabilidad

El cálculo de la rentabilidad es simple, y se realiza con una tasa aritmética o con una tasa logarítmica. La primera es una tasa de variación. La segunda es muy utilizada, y suele dar resultados similares. Facilita los cálculos más complejos. A partir de varias rentabilidades, se puede calcular la media (aritmética, geométrica o ponderada, según las características de la inversión) de éstas para analizar el rendimiento de una inversión tras varios periodos de tiempo. Ésta, así como el riesgo que está dispuesto a asumir, determinan el perfil del inversor, que debe ser la primera decisión del mismo (Observatorio del Inversor, 2012).

Para calcular la rentabilidad de una inversión debemos dividir la utilidad o ganancia obtenida o que se va a obtener entre la inversión realizada o que

se va a realizar, y al resultado multiplicarlo por 100 para expresarlo en porcentajes:

$$\text{Rentabilidad} = (\text{Utilidad o Ganancia} / \text{Inversión}) \times 100$$

De acuerdo con Arturo (2019), se dice que una inversión es rentable cuando su rentabilidad es positiva (mayor que cero), y que una inversión es bastante rentable, cuando su rentabilidad tiene un valor alto en comparación con la rentabilidad de otras inversiones similares. Asimismo, se puede considerar que una rentabilidad es apropiada cuando existe un sistema porcentual que pueda superar el 20% de la brecha entre costos e ingresos.

Rentabilidad económica

Si se calcula la rentabilidad económica utilizando el beneficio económico como medida de beneficios y el Activo Total (o Pasivo Total) como medida de recursos utilizados:

$$\text{RE} = \text{BE} / \text{AT}$$

Donde

BE = Beneficio Económico

AT = Activo Total

A veces se utilizan los términos ingleses para referirnos a la rentabilidad económica: Return on Assets (ROA) o Return on Investments (ROI).

En Economía financiera (2012) se determina que el beneficio económico es igual a los ingresos de la empresa menos todos los costes no financieros, por lo que para calcular estos beneficios, se toman los ingresos totales y se restan los costos excepto los intereses de la deuda u

otros costos financieros como los impuestos, por ello el nombre de beneficios antes de impuestos o como se le determina en el sistema ecuatoriano que es de utilidad bruta.

Entonces, el cuestionamiento de por qué dividimos el beneficio económico por el Activo o Pasivo Total se traduce en que hay que tener en cuenta que, si ponemos el beneficio económico en el numerador, deberemos poner en el denominador una medida de recursos utilizados que sea consistente con nuestra medida de beneficio. Es decir: tenemos que poner en el denominador aquellos recursos financieros que hemos utilizado para obtener el Beneficio Económico BE (Observatorio del Inversor, 2012).

En efecto, el BE se va a utilizar para remunerar a los accionistas porque, de ese BE, la empresa va a sacar el dinero que le hace falta para pagar a los acreedores: puesto que al calcular el BE no se ha restado los intereses, y puesto que los intereses son la remuneración de los acreedores, se puede decir que parte del BE (si es positivo, claro) se utilizará para pagar a los acreedores y para pagar a los accionistas (Economía financiera, 2012).

Por ello se sabe que la utilidad o beneficio, por lo general siempre se utiliza para pagar cuentas que han sido negociadas tanto con sus proveedores o con sus accionistas, para el mantenimiento de la operación de la empresa.

Rentabilidad financiera

Se calcula la rentabilidad financiera utilizando el beneficio neto como medida de beneficios y los Fondos Propios como medida de los recursos financieros utilizados:

$$RF = BN / K$$

Siendo

BN = Beneficio Neto

$K = \text{Fondos Propios} = \text{Capital} + \text{Reservas}$

También se le llama rentabilidad neta o rentabilidad de los fondos propios.

El beneficio neto (BN) es beneficio que ganan los propietarios de la empresa, una vez pagados los intereses y otros gastos financieros y los impuestos:

$$\text{BN} = \text{BE} - \text{Intereses} - \text{Impuestos}$$

En efecto, la primera obligación de una empresa es pagar los intereses de la deuda y, a continuación, los impuestos. Si sobra dinero, ese remanente (que es el beneficio neto) se utilizará para repartir dividendos. Se puede comprobar que la medida de beneficios utilizada es consistente con la medida de recursos financieros ya que el BN se va a utilizar para pagar a los accionistas, pero no se va a utilizar para pagar a los acreedores (ya se ha pagado a los acreedores, puesto que se está restando los intereses) (Economía financiera, 2012).

Finalmente, los beneficios o utilidad que la empresa pueda percibir luego de pagar sus intereses son repartidas en dividendos a sus colaboradores, cosa que las empresas reducen al máximo, considerando que las deudas con sus proveedores son prioritarias ya que ayudan a conseguir los objetivos de producción planteados.

CAPÍTULO III METODOLOGÍA PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

Breve reseña histórica del patio de compra y venta de vehículos J´Motors

Es una empresa que se especializa en brindar el mejor servicio de mantenimiento automotriz y poner a la venta vehículos usados. Están en capacidad de resolver todos los requerimientos en este tipo de servicios, cuentan con técnicos calificados, equipos de última generación y espacio físico adecuado.

Su slogan dice:

“Los vehículos usados, los dejamos como nuevos...”

Dentro de los clientes se tiene empresas y personas naturales que buscan la calidad y credibilidad de un concesionario, con el trato de un taller amigo que sea capaz de cumplir las más altas expectativas del mercado.

Misión

Somos un patio de compra y venta de vehículos en constante crecimiento, que trabaja con pasión, para ofrecer soluciones de movilidad con calidad.

Visión

En el 2025, Patio de compra y venta J´ Motor. será una empresa líder en la venta de vehículos usados, con presencia nacional.

Logotipo



Figura: 3 Logotipo de la empresa
Fuente: Cirino (2020)

Organigrama del patio de compra y venta de vehículos J'Motors

El Patio de compra y venta de autos J' Motor cuenta con el siguiente personal:

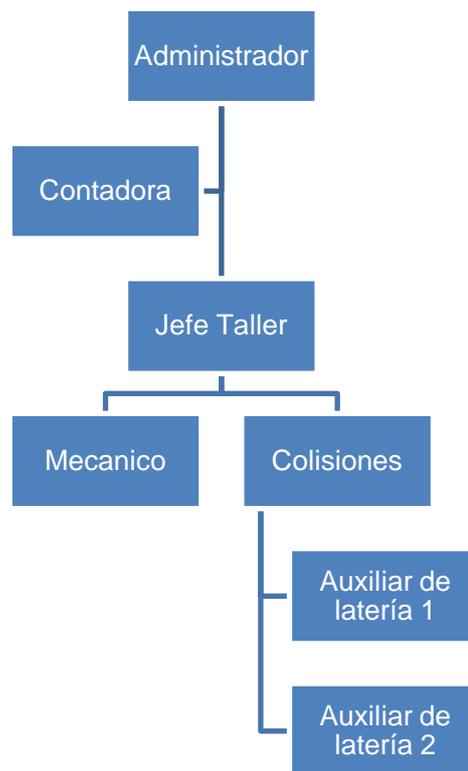


Figura: 4 Organigrama de la empresa
Fuente: Cirino (2020)

Su estructura está constituida por:

- ✓ Administrador, quien es el socio mayoritario del negocio, se encarga de administrar el patio, las ventas y el enganche con los clientes.
- ✓ Jefe Taller, socio de la empresa, quien se encarga de la parte de compras de materiales e insumo y de la supervisión de las reparaciones que los vehículos requieren.
- ✓ Contadora, asistente polifuncional quien es la encargada de la facturación, contabilidad, declaraciones y pagos a los proveedores y colaboradores. Asiste al proceso de las compras de materiales e insumos.
- ✓ Mecánico, técnico encargado de la revisión técnica vehicular, pruebas antes, durante y post compra de vehículos usados y asiste y da soporte técnico posterior a la venta de los vehículos.
- ✓ Colisiones, técnico encargado de evaluar los mantenimientos que requiere el vehículo enfocado a la mejora visual del mismo, las adaptaciones que se realizan y la reparación de la carrocería del vehículo. Da las directrices a sus auxiliares para las respectivas reparaciones.
- ✓ Auxiliar de latería (2), asisten en la reparación física de la carrocería del vehículo. Ocasionalmente, asisten al Mecánico.

FODA

FORTALEZAS se ha identificado que el Patio de compra y venta J' Motor tiene un equipo técnico especializado, manejo de buenos precios, proveedores de partes y piezas directos, Clientes exclusivos y es una empresa familiar; en cuanto a las **DEBILIDADES** se encuentran: falta de organización interna, falta de comunicación entre los socios, costosa mano de obra y no se calcula el valor de venta en base a un costo/beneficio de reparaciones; entre las **OPORTUNIDADES** se logró determinar que tiene un servicios post venta de calidad, altamente competitivo, manejo de mejores condiciones laborales y expansión del mercado, mientras que como **AMENAZAS** se puede dar la pérdida económica en los procesos de

reparación, desconocer la rentabilidad de la empresa, perder la calidad del servicio o definitivamente la quiebra del negocio.

Principales competidores

Entre los principales competidores del Patio de Compra y Venta de autos J' Motor se encuentran:

- Patio tuerca
- CEDCAR
- Autos Chevrolet
- FOTON

FODA del patio de compra y venta de vehículos J' Motors



Figura: 5 ANALISIS FODA
Fuente: Cirino (2020)

Sin embargo, se considera que el servicio ofrecido por Patio de compra y venta de autos tiene sus talleres mecánicos propios que dan el servicio de mantenimiento y latonería que otros negocios similares no dan, considerándose esto como una ventaja competitiva para el negocio.

Principales clientes Max 5

- Patio Ambato
- Sambocar
- Consumidores finales del Norte de Gye.

Proceso operativo

Dentro del proceso de la empresa se puede identificar tres momentos en la operación:

1. El proceso de la compra de un vehículo, que se puede ejecutar directamente con el dueño del vehículo o cuando se visita las ferias de vehículos en busca de nuevos modelos que se pueden mostrar en los patios de J' Motor;
2. Cuando se exhibe el vehículo y se ejecuta el proceso de la venta del bien.
3. El mantenimiento del vehículo cuando se evalúan las condiciones del vehículo y se lo repara o embellece para venderlo a un mejor precio.

Proceso de Compra del vehículo

Para el proceso de compra, los socios deben disponer de un capital inicial base para adquirir el bien, por lo que el método de inversión utilizado frecuentemente es la suma de los ahorros familiares para concretar la compra.

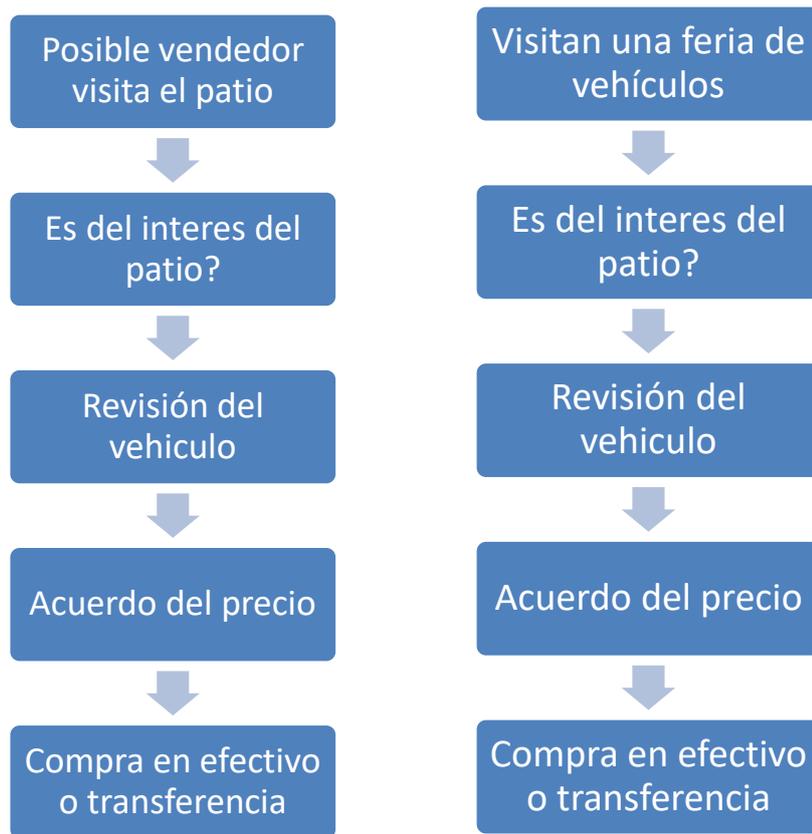


Figura: 6 Procesos de compra
Fuente: Cirino (2020)

Proceso de venta del vehículo

El proceso de venta de un vehículo inicia cuando el auto sale del taller de Mantenimiento y es exhibido en los Patios de J' Motor. Por lo general se espera a que el cliente llegue al Patio de compra y venta, ya que la ubicación del mismo favorece la visualización de los autos. Y no se considera invertir en publicidad para mejorar el nivel de ventas.

El cliente interesado llega al patio de venta de J' Motor y se entrevista con el Administrador del lugar, quien le acompaña en un recorrido por los vehículos de su interés. Inicialmente se pregunta al cliente si sabe marca y modelo del vehículo buscado o sobre el presupuesto que tiene para hacer tal adquisición, con esos datos se muestran las alternativas que existen disponibles en el patio.

Luego de que el cliente elige el vehículo de su interés, se revisa en conjunto con el interesado las características técnicas, garantías y términos de negociación para continuar con el trato comercial.

Si el cliente acepta las condiciones, se pasa a firmar un contrato y hacer las pruebas respectivas del vehículo en conjunto con el jefe del taller quien le dará un recorrido de prueba al cliente.

Se firma un contrato, se acuerdan los términos de la negociación y se hacen las transferencias de dinero respectivas. Posterior a la validación del proceso de transferencia se hace la entrega del vehículo.

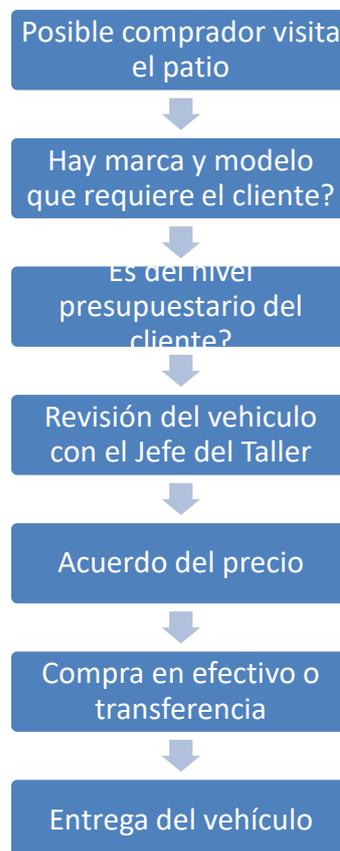


Figura: 7 Procesos de venta
Fuente: Cirino (2020)

Proceso de mantenimiento del vehículo

En el proceso del mantenimiento del vehículo se realiza inicialmente la revisión mecánica del mismo, en conjunto con el Mecánico de J' Motor. Y

con el encargado de Colisiones, si es que el vehículo tuviera algún desperfecto dentro de la carrocería. Posterior a la revisión se evalúa rápidamente la lista de materiales o repuestos necesarios y se hace la compra para la respectiva instalación. Asimismo, se hace una evaluación rápida del tiempo en el que será entregado el vehículo con las mejoras establecidas.

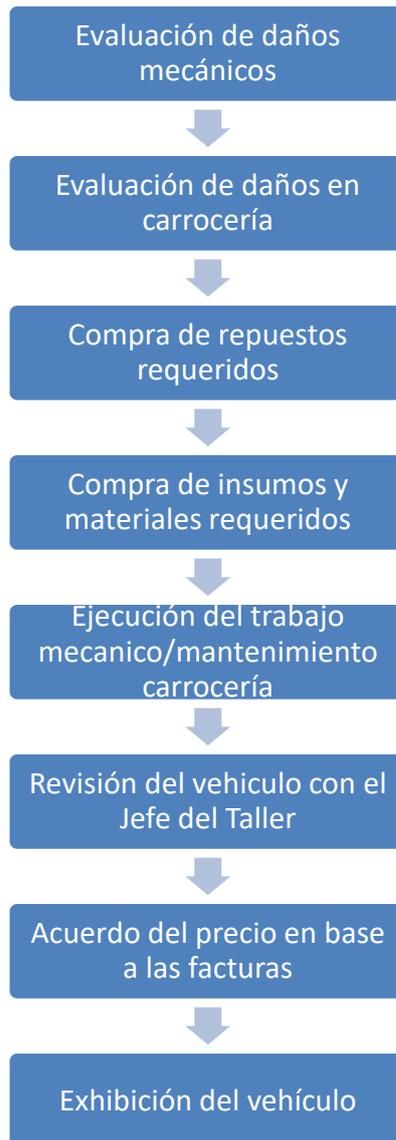


Figura: 8 Procesos de mantenimiento vehicular
Fuente: Cirino (2020)

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Enfoque de la investigación

Cuantitativo

El método cuantitativo hace alusión a la frecuencia y nivel de indicadores que son parte de los elementos de la situación problemática investigada, por lo que los aspectos y opiniones vertidas en base al objeto de la investigación le dan el soporte para analizar de mejor forma la situación y las posibles soluciones al problema planteado dentro del Patio de compra y venta de autos J' Motor.

Cualitativo

La investigación tiene un enfoque cualitativo ya que se parte de la revisión de la literatura entorno a los conceptos contables y de la normativa vigente aplicable de NIC y NIFF, que se emplean para el análisis del problema. Asimismo, el Patio de compra y venta de autos J' Motor cuenta con una estructura que ha sido revisada y descrita, sobre la que se resolverá el problema presentado. (Hernández, Fernández, y Baptista, 2016).

Métodos de investigación

Histórica

La investigación histórica es aplicada en el presente trabajo ya que se busca establecer un punto de base para la estructuración del proceso contable, ingresos y gastos dentro del Patio de Compra y venta de autos J' Motor, ya que no hay disponibilidad de archivos presentes. (Gómez Bastar, 2016)

Tipos de investigación

Explicativo

Los estudios correlacionales pretenden responder a preguntas de investigación, es decir, estos tipos de estudios tienen como propósito medir

el grado de relación que exista entre dos o más conceptos o variables (en un contexto en particular) (Dre-Learning.com, 2014).

Descriptivo

Se busca efectivamente describir el fenómeno que ha sido observado y palpado ya que para la descripción del problema planteado se realiza una investigación in situ que permite no solo observar la problemática, sino que se hace un levantamiento de testimonios e información varia, aportada por los colaboradores del Patio de Compra y venta de carros(Baltazar, 2017).

La investigación se realizará en el Patio de Compra y venta de carros J' Motors ubicado en la Av. Juan Tanca Marengo.

Técnicas de investigación

Observación directa

El método de observación directa es un método de recolección de datos que consiste básicamente en observar el objeto de estudio dentro de una situación particular. Todo esto se hace sin necesidad de intervenir o alterar el ambiente en el que se desenvuelve el objeto

A través de la observación objetiva del manejo contable administrativo que se ha utilizado para el negocio, y posterior cálculo de su rentabilidad, la misma que nos permite realizar un enfoque serio a la problemática permitiendo cuantificarla (Baltazar, 2017).

Análisis documental

La investigación documental como parte esencial de un proceso de investigación científica, puede definirse como una estrategia den la que se observa y reflexiona sistemáticamente sobre realidades teóricas y empíricas usando para ello diferentes tipos de documentos donde se indaga, interpreta, presenta datos e información sobre un tema determinado de cualquier ciencia, utilizando para ello, métodos e

instrumentos que tiene como finalidad obtener resultados que pueden ser base para el desarrollo de la creación científica (Bastidas, 2017).

Debido a que una de las deficiencias del Patio de Compra y Venta de autos J' Motor ha sido la informalidad con la que se ha estado trabajando, actualmente no cuentan con registros contables, por lo que el levantamiento de información se basará en facturas y libros escritos del año 2019 para hacer una proyección hacia el año 2020. Adicionalmente, se utilizará una hoja de observación para considerar el manejo de los tiempos dentro del Taller y otras anotaciones que se consideren relevantes para la optimización del trabajo y la operación del Patio de Compra y Venta de autos J' Motor.

PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

Diagnosticar el nivel actual de los costos operativos que tiene el patio de compra y venta de vehículos J' Motor con la finalidad de incrementar la rentabilidad

Para el diagnóstico inicial de la situación actual de los costos operativos inmersos en la operación del patio de compra y venta de autos J' Motor, se ha realizado la evaluación de los principales servicios de mantenimiento que se realizan dentro del Taller de reparaciones, este proceso es el que permite determinar el costo de materiales, insumos o repuestos necesarios en cada vehículo a ser reparado y a la vez, es el nivel de costos que debe reflejarse en los valores de venta de los vehículos dentro del patio de compra y venta (cuadro 1).

Inicialmente se realiza una recopilación de los vehículos que fueron adquiridos en el periodo 2019, que hayan contenido facturas correspondientes a las facturas de compras de los materiales, insumos, repuestos y otros que reposen en los archivos. Cabe mencionar que no se incluyen aquellos vehículos que no tenían facturas, ya que no se pudo completar la evidencia del costo. Adicionalmente en la cuadro 2, se muestran es una estructuración de los costos de reparación y no siempre

incluyen la mano de obra directa, por lo que se contemplará ese valor de esta forma, para el análisis.

Cuadro 1. Registro de costos y ventas realizados en 2019

ITEM	COMPR A	MATERIALES, REPTOS E INSUMOS	COSTO TUNNIN G	VENTA	DIFERE NCIA	UTILID AD
Vehículo o 1	\$ 4.500,00	\$ 7.563,25	\$ 12.063,2 5	\$ 9.500,00	\$ - 2.563,25	NEGAT IVA
Vehículo o 2	\$ 3.500,00	\$ 859,25	\$ 4.359,25	\$ 4.000,00	\$ - 359,25	NEGAT IVA
Vehículo o 3	\$ 7.800,00	\$ 158,69	\$ 7.958,69	\$ 9.500,00	\$ 1.541,31	POSITI VA
Vehículo o 4	\$ 5.000,00	\$ 763,50	\$ 5.763,50	\$ 8.000,00	\$ 2.236,50	POSITI VA
Vehículo o 5	\$ 6.500,00	\$ 1.869,00	\$ 8.369,00	\$ 9.500,00	\$ 1.131,00	POSITI VA
Vehículo o 6	\$ 5.600,00	\$ 2.800,00	\$ 8.400,00	\$ 7.500,00	\$ - 900,00	NEGAT IVA
Vehículo o 7	\$ 4.800,00	\$ 1.257,20	\$ 6.057,20	\$ 7.000,00	\$ 942,80	POSITI VA
Vehículo o 8	\$ 5.500,00	\$ 652,30	\$ 6.152,30	\$ 7.000,00	\$ 847,70	POSITI VA
Vehículo o 9	\$ 3.500,00	\$ 850,00	\$ 4.350,00	\$ 5.000,00	\$ 650,00	POSITI VA
Vehículo o 10	\$ 4.500,00	\$ 1.352,30	\$ 5.852,30	\$ 6.000,00	\$ 147,70	POSITI VA
Vehículo o 11	\$ 3.800,00	\$ 1.687,50	\$ 5.487,50	\$ 5.000,00	\$ - 487,50	NEGAT IVA
Vehículo o 12	\$ 4.500,00	\$ 150,25	\$ 4.650,25	\$ 5.000,00	\$ 349,75	POSITI VA
Vehículo o 13	\$ 7.000,00	\$ 3.698,10	\$ 10.698,1 0	\$ 9.000,00	\$ - 1.698,10	NEGAT IVA
Vehículo o 14	\$ 4.800,00	\$ 698,30	\$ 5.498,30	\$ 6.000,00	\$ 501,70	POSITI VA
Vehículo o 15	\$ 6.000,00	\$ 1.580,20	\$ 7.580,20	\$ 8.000,00	\$ 419,80	POSITI VA
Vehículo o 16	\$ 5.500,00	\$ 6.987,00	\$ 12.487,0 0	\$ 8.500,00	\$ - 3.987,00	NEGAT IVA
Vehículo o 17	\$ 15.800,0 0	\$ 4.762,50	\$ 20.562,5 0	\$ 20.000,0 0	\$ - 562,50	NEGAT IVA
Vehículo o 18	\$ 9.500,00	\$ 687,00	\$ 10.187,0 0	\$ 9.800,00	\$ - 387,00	NEGAT IVA
Vehículo o 19	\$ 8.000,00	\$ 632,50	\$ 8.632,50	\$ 9.000,00	\$ 367,50	POSITI VA
Vehículo o 20	\$ 4.800,00	\$ 350,50	\$ 5.150,50	\$ 6.000,00	\$ 849,50	POSITI VA

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: L. Cirino (2020)

Dentro de los costos operativos se encuentran los gastos en personal, tal como se muestra en la siguiente tabla:

Cuadro 2. Gastos en personal

Personal	Remuneración	Cant	Gasto Mensual	Gasto Anual
Administrador	\$ 1.050,00	1	\$ 1.000,00	\$ 12.000,00
Jefe Taller	\$ 985,00	1	\$ 1.000,00	\$ 12.000,00
Asesor Técnico en Colisiones y Repuestos	\$ 700,00	1	\$ 700,00	\$ 8.400,00
Contadora	\$ 600,00	1	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Mecánico	\$ 700,00	1	\$ 700,00	\$ 8.400,00
Auxiliar de latería (2)	\$ 400,00	2	\$ 800,00	\$ 9.600,00
Total Personal	\$ 4.435,00	7	\$ 4.800,00	\$ 57.600,00

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: L. Cirino (2020)

Además, se identificaron los Gastos administrativos como:

Cuadro 3 Gastos en personal

Gasto Administrativo	Costo	Cantidad	Gasto Mensual	Gasto Anual
Alquiler Local	\$ 1.250,00	1	\$ 1.250,00	\$ 15.000,00
Servicios Básicos	\$ 435,00	1	\$ 435,00	\$ 5.220,00
Limpieza	\$ 450,00	1	\$ 450,00	\$ 5.400,00
Mantenimiento equipos	\$ 130,00	3	\$ 390,00	\$ 4.680,00
Mantenimiento muebles y oficina	\$ 250,00	5	\$ 1.250,00	\$ 15.000,00
Suministros de Oficina	\$ 580,00	2	\$ 1.160,00	\$ 13.920,00
Ctas x Pagar Proveedores	\$ 8.750,00	2	\$ 17.500,00	\$ 210.000,00
Pagos IESS	\$ 887,00	1	\$ 887,00	\$ 10.644,00
Total Gasto Administrativo	\$ 12.732,00	16	\$ 23.322,00	\$ 279.864,00

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: L. Cirino (2020)

Como se puede observar, el monto de estos valores debe ser sustentado en su totalidad por la operación del Patio de compra y venta de autos J' Motor. Por lo que se realizó un seguimiento a los procesos, para identificar algunas rutas críticas que puedan estar afectando la operación. Entre ellas se pudo determinar las siguientes:

CAPÍTULO IV ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

1.- Diagnosticar el nivel actual de los costos operativos que tiene el patio de compra y venta de vehículos J´ Motor con la finalidad de incrementar la rentabilidad

A la luz del proceso investigativo, se logró determinar la causas y efectos por los que puede verse afectado el proceso productivo del patio de compra y venta de vehículos J´ Motor. La Tabla siguiente resume las causas y los posibles impactos que tiene en la operación.

Cuadro 5 Causa – Impacto Procesos de Mantenimiento vehicular

Causa	Impacto
Falta de compromiso para entregas a tiempo	Tiempo del proceso
Registros inadecuados sobre el diagnóstico inicial de los vehículos	Mantenimientos encarecidos y costo irreal.
Los pagos al personal no están a tiempo	Desmotivación y ambiente laboral
Incumplimiento de fechas de entrega	Satisfacción del cliente/Stock reducido en ventas
Falta de claridad en las funciones	Tiempo del proceso
Desorden en el taller de mantenimiento	Satisfacción del cliente
No hay publicidad	No hay ventas constantes
Deficiente análisis del costo de venta del auto	Valor de venta debajo del costo de producción

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: L. Cirino (2020)

Esto perjudica a la venta de vehículos ya que no se cuenta con los autos arreglados a tiempo, perdiendo de exhibirlos y venderlos, lo que consecuentemente perjudica las nuevas inversiones que se pueden realizar ya que no hay flujo de efectivo para realizarlas.

2.- Presentar alternativas para disminuir los costos operativos y así contribuir al incremento de la rentabilidad en el patio de compra y venta de vehículos J´ Motors.

Entre los análisis realizados se pudo determinar que hay costos operativos que se pueden optimizar y dado que el Patio de compra y venta J´ Motor es una empresa familiar, la capitalización se vuelve lenta y perjudica el crecimiento de la empresa, y por otro lado, la operación del mantenimiento vehicular es una ruta crítica que se debe considerar al momento de establecer mejoras para el crecimiento del mismo.

Para ello se han determinado los procesos que se pueden optimizar, tal como se muestra en la siguiente tabla:

Cuadro 4 **Procesos que deben mejorar**

Proceso analizado	Actividades	Indicadores	Cantidad	Personal involucrado
Área de Mantenimiento	Reducción de costo operativo en insumos, partes y piezas	Manejo de proveedores independientes	2 proveedores	1 asesor de Colisiones
	Registros inadecuados sobre el diagnóstico inicial de los vehículos	Capacidad económica colapsada siempre	25%	Ingresos directos
	Desconocimiento del tiempo que toma el mantenimiento vehicular	Tiempo de ocio	2 horas	1 mecánico
Proceso Administrativo	Reducir tiempos de espera en los recambios de partes y piezas	Tiempos de espera	15 días	1 asesor de Colisiones
	Falta inventario actualizado y con niveles de reorden	Tiempo de ocio	1 hora	1 Jefe de taller
	Falta articulación entre el area de Mantenimiento y Proceso administrativo	Brecha comunicacional	8 horas laborales	1 Jefe de Taller, 1 Jefe Administrativa

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: L. Cirino (2020)

Dentro de lo que se propone, se requiere:

- Reducción de costo operativo en insumos, partes y piezas

- Registros inadecuados sobre el diagnóstico inicial de los vehículos
- Desconocimiento del tiempo que toma el mantenimiento vehicular
- Reducir tiempos de espera en los recambios de partes y piezas
- Falta inventario actualizado y con niveles de reorden
- Falta articulación entre el área de Mantenimiento y Proceso comercial del Patio de compra y venta J' Motor.

Como se pudo observar en los cuadros de análisis, el Patio de compra y venta J' Motor tiene una diferencia negativa en su utilidad, tal como se muestra a continuación:

Tabla 5. Estado de pérdidas y ganancias

INGRESOS	Costo Unitario	Cantidad Prom. Mensual	Ingreso Mensual	Ingreso anual
Venta de vehículos	\$ 20,00	\$ 1,00	\$ 13.275,00	\$159.300,00
Total Ingresos	\$ 20,00	\$ 1,00	\$ 13.275,00	\$159.300,00
EGRESOS				
Personal	\$ 4.435,00	\$ 7,00	\$ 4.800,00	\$ 57.600,00
Gasto Administrativo	\$ 17.336,95	\$ 15,00	\$ 19.176,95	\$230.123,34
Total Egresos			\$ 23.976,95	\$287.723,34
Utilidad			\$ -10.701,95	\$-128.423,34

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: L. Cirino (2020)

Los ingresos mensuales del patio de compra y venta de autos J' Motor asciende aproximadamente a \$ 13.275 con un ingreso anual de \$ 159.300; mientras que los egresos determinados por el gasto de personal tienen un promedio mensual de \$ 4.800 y un total anual de \$57.600 mientras que el gasto administrativo está en un promedio mensual de \$19.176.95 con un total anual de \$ 230.123,34; provocando una pérdida mensual de \$ 10.701.95 y un déficit anual de \$ -128.423,34.

La situación actual de los patios de compra y venta de autos J' Motor no permiten mantener un escenario económico saludable en su empresa ya

que sus ingresos son inferiores a sus egresos, lo que debe ser mejorado para que el negocio siga su crecimiento económico y pueda mantenerse en el mercado.

El impacto del proceso operativo hace crítico el sostenimiento del negocio, por lo que es necesario hacer una valoración del impacto económico que este representa para la operación, y en ese sentido, se ha valorado los procesos involucrados en el mantenimiento vehicular, estimando los costos inmersos como se muestra en el cuadro siguiente.

Como se puede observar, la mayor afectación económica se provoca en los Registros inadecuados del diagnóstico inicial del vehículo que se calculan en un 25% de las ventas, las que son base para la rentabilidad del Patio de compras y ventas de autos J' Motor.

En la evaluación económica que se realizó se tomó un promedio de horas hombre sobre la base de horas que se trabaja en el taller, por tanto, es importante que se preste atención a los elementos críticos del mismo en los siguientes ejes:

1. Reducción de costo operativo en insumos, partes y piezas
2. Registros inadecuados sobre el diagnóstico inicial de los vehículos
3. Desconocimiento del tiempo que toma el mantenimiento vehicular
4. Reducir tiempos de espera en los recambios de partes y piezas
5. Falta inventario actualizado y con niveles de reorden
6. Falta articulación entre el área de Mantenimiento y Proceso administrativo
7. Desorden en el agendamiento de citas

Cuadro 6

Impacto económico

Proceso analizado	Actividades	Indicadores	Cantidad	Personal involucrado	Valor mensual	Anual
Área de Mantenimiento	Reducción de costo operativo en insumos, partes y piezas	Manejo de proveedores independientes	2 proveedores	1 asesor de Colisiones	\$ 400,00	\$ 4.800,00
	Registros inadecuados sobre el diagnóstico inicial de los vehículos	Capacidad económica colapsada siempre	25%	Ingresos directos	\$40.064,84	\$160.259,34
	Desconocimiento del tiempo que toma el mantenimiento vehicular	Tiempo de ocio	2 horas	1 mecánico	\$ 175,00	\$ 2.100,00
Proceso Administrativo	Reducir tiempos de espera en los recambios de partes y piezas	Tiempos de espera	15 días	1 asesor de Colisiones		\$ -
	Falta inventario actualizado y con niveles de reorden	Tiempo de ocio	1 hora	1 Administrador	\$ 87,50	\$ 1.050,00
	Falta articulación entre el área de Mantenimiento y Proceso administrativo	Brecha comunicacional	8 horas laborales	1 jefe de Taller,	\$ 101,75	\$ 1.221,00
Total estimación de pérdidas económicas					\$40.829,09	\$169.430,34

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: L. Cirino (2020)

Por tanto, la propuesta de solución se enfocaría en los diagnósticos iniciales de verificación de las reparaciones, mantenimientos preventivos y correctivos que requieran los vehículos para lograr una mejor optimización del costo de reparación y consecuentemente sacar una rentabilidad adecuada en el valor de venta.

- Presentar alternativas para disminuir los costos operativos y así contribuir al incremento de la rentabilidad en el patio de compra y venta de vehículos J´motors.

El principal objetivo de la propuesta tiende a suplir la necesidad de optimizar los procesos operativos dentro del patio de compra y venta de vehículos J´ Motors., de la ciudad de Guayaquil, la misma que se ha podido establecer desde dos aspectos fundamentales: el primero que fue identificar los procesos organizacionales de cómo se determinan los valores de venta y, determinar las rutas críticas del servicio del mantenimiento vehicular que reciben los autos previos a la venta en el patio de compra y venta. En base a ello, recomendar mejoras sustanciales en la operación del patio de compra y venta de autos J´ Motor.

En la siguiente tabla se muestra una opción para que los costos operativos sean optimizados dentro de la operación.

Cuadro 7 Propuesta de solución – Macro Proceso

Proceso analizado	Actividades	Indicadores	Cantidad	Valor mensual	Anual
Área de mantenimiento	Implementación lista de Proveedores Nacionales calificados	Servicios de Proveedores nacionales calificados	30-50 proveedores	\$400,00	\$4.800,00
	Proceso automatizado de diagnóstico inicial de los vehículos	Diagnóstico correcto registrado	1%	\$396,20	\$4.754,40
		Reducción tiempo de ocio	30 minutos	\$60,27	\$723,24
Proceso Administrativo	Sistema de inventario de partes y piezas	Costeo del nuevo PVP de venta	5 minutos	\$41.67	\$500,00

*Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: L. Cirino (2020)*

La propuesta se enfoca en optimizar los tiempos que tiene el mantenimiento vehicular, considerando:

1. Ampliar la lista de proveedores calificados, para mejorar la opción de encontrar precios accesibles de repuestos, materiales e insumos, con ello, se determina que habrá una reducción de costos operativo en insumos, partes y piezas.
2. La ruta crítica mostrada en el inadecuado diagnóstico inicial de la situación en la que llegan los vehículos comprados y listos para el mantenimiento, se optimizará con un proceso automatizado de diagnóstico inicial de los vehículos, donde se refuerce la revisión mecánica con los dispositivos electrónicos adecuados, a fin de que se evalúe el costo/beneficio de comprar un vehículo y se enlisten los insumos o piezas requeridas para ponerlo operativo, sin que se presenten más adelante nuevas listas de requerimiento por no haber realizado un diagnóstico completo e integral de todo el vehículo. Esto, implícitamente, reducirá considerablemente los tiempos del Jefe de Taller, el mecánico y consecuentemente optimizará el tiempo en que el vehículo esté listo para la venta dentro del Patio J' Motor.
3. Un eje importante para el costo del nuevo precio de venta del vehículo se optimizará con la implementación de un sistema de inventario de partes y piezas que permitan el registro de todos los elementos que han sido comprados para los mantenimientos por vehículos, con lo que se pueda analizar los costos inmersos y colocar un precio de venta adecuado con estos elementos.

Cuadro 8 Propuesta de solución – Distribución de los costos

Costos	Mejoras propuestas	Cantidad	Costo Unit.	Total	
Costos fijos	Equipos	Proceso automatizado de diagnóstico inicial de los vehículos	3	\$1.500,00	\$4.500,00
	Jefe del Taller	Implementación de Lista de Proveedores Nacionales calificados	1	\$ 200,00	\$ 200,00
		Capacitación para el Manejo del Sistema Automatizado para Diagnostico	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Costos operativos	Instalación	Sistema de inventario de partes y piezas	1	\$ 500,00	\$ 500,00
	Licencias	Inventario de Partes y piezas	12	150	\$1.800,00
	Mantenimientos	Equipos de Automatización	4	85	\$ 340,00
				\$7.590,00	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: L. Cirino (2020)

Con una inversión de \$7.590, se puede proyectar el incremento de la utilidad causada por la optimización de los costos operativos del Patio de compra y venta de autos J' Motor.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- El Patio de compra y venta de autos J' Motor, es una empresa que se especializa en brindar el mejor servicio de mantenimiento automotriz y poner a la venta vehículos usados. Están en capacidad de resolver todos los requerimientos en este tipo de servicios, cuentan con técnicos calificados, equipos de última generación y espacio físico adecuado. Dentro del diagnóstico inicial de la empresa se evidencio que su estructura está constituida por: el Administrador, Jefe Taller, Contadora, Mecánico, Colisiones y 2 Auxiliares de latería.
- Dentro del proceso de la empresa se puede identificar tres momentos en la operación: el proceso de la compra de un vehículo, cuando se exhibe el vehículo y se ejecuta el proceso de la venta del bien y el mantenimiento del vehículo cuando se evalúan las condiciones del vehículo y se lo repara o embellece para venderlo a un mejor precio.
- Sus ingresos anuales en el 2019 fueron de \$ 159.300,00, mientras que sus egresos superaban los \$ 287.723,34, lo que reflejaba un déficit en su operación de un total de \$ -128.423,34, el mismo que ha sido provocado por la falta de registros inadecuados sobre el diagnóstico inicial de los vehículos y un gasto excesivo en la compra de insumos, partes y piezas inmersas en la reparación y mantenimiento de vehículos previo a la venta.
- Se ha estimado que la situación actual de Patio de compra y venta de autos J' Motor provoca un aproximado de \$40.829,09 mensuales (25%) en la operación, los que deben ser recuperados con un plan de mejoras y optimización en los costos operativos de la empresa.
- Por tanto, la propuesta de solución se enfocaría en los diagnósticos iniciales de verificación de las reparaciones, mantenimientos preventivos y correctivos que requieran los vehículos para lograr una

mejor optimización del costo de reparación y consecuentemente sacar una rentabilidad adecuada en el valor de venta, considerando:

- a. Ampliar la Lista de Proveedores calificados, para mejorar la opción de encontrar precios accesibles de repuestos, materiales e insumos, con ello, se determina que habrá una reducción de costos operativo en insumos, partes y piezas.
- b. La ruta crítica mostrada en el inadecuado diagnóstico inicial de la situación en la que llegan los vehículos comprados y listos para el mantenimiento, se optimizará con un proceso automatizado de diagnóstico inicial de los vehículos, donde se refuerce la revisión mecánica con los dispositivos electrónicos adecuados, a fin de que se evalúe el costo/beneficio de comprar un vehículo y se enlisten los insumos o piezas requeridas para ponerlo operativo, sin que se presenten más adelante nuevas listas de requerimiento por no haber realizado un diagnóstico completo e integral de todo el vehículo.
- c. Esto, implícitamente, reducirá considerablemente los tiempos del Jefe de Taller, el mecánico y consecuentemente optimizará el tiempo en que el vehículo esté listo para la venta dentro del Patio J' Motor.
- d. Un eje importante para el coste del nuevo precio de venta del vehículo se optimizará con la implementación de un Sistema de inventario de partes y piezas que permitan el registro de todos los elementos que han sido comprados para los mantenimientos por vehículos, con lo que se pueda analizar los costos inmersos y colocar un precio de venta adecuado con estos elementos

Recomendaciones

- Con base a los resultados obtenidos, diseñar un plan estratégico institucional que incorpore las mejoras requeridas a nivel de procesos, personal y clientes, así como el levantamiento de manuales organizacionales, manuales de procesos y procedimientos, además de los manuales de perfil y funciones

- Programar un plan de inversión que tienda a conseguir una operación rentable, seguir por la línea de la automatización que requiere el Patio de compra y venta de autos J' Motor, haciendo un incremento de herramientas y los dispositivos que permitan mejorar los procedimientos de escaneo de vehículos y de evaluación de sistemas vehiculares computarizados, entre otros elementos.
- Dentro del programa de inversión, adquirir un terreno con al menos unos 1000 metros cuadrados que permita ampliar la capacidad de vehículos que se atienden actualmente, para incrementar su operación y el nivel de atención a los clientes, mejorándose desde una sala de espera, cafetería y sala de lecturas, entrando a la Innovación y a los nuevos estilos que se están impulsando en el mercado de los patios de compra y venta de vehículos.

BIBLIOGRAFÍA

- Abdelnur, & Malica. (2013). *El sistema de control interno y su importancia en la auditoría*. Córdoba, Argentina: Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Economicas.
- Abreu, S. (2003). *Importancia de la Información Contable para la toma de decisiones*.
- Acosta Padilla, C., Benavides Echeverria, I., & Terán Herrera, M. (2016). *Fundamentos Contables Básicos*. Sangolquí, Ecuador.
- ADMIN. (16 de Ene de 2020). *solucionaempresarial.com*. Obtenido de *solucionaempresarial.com*:
<http://www.solucionaempresarial.com/interes-general/control-interno-sobre-los-inventarios/>
- AICPA. (1994). Declaraciones sobre Normas. *Comité Ejecutivo de Normas de Auditoría* .
- Aiello, M. (2009). *Dificultades en el aprendizaje de la metodología de la investigación*. Magis.
- Alvarado, V. (2007). *Auditoría Financiera*. Venezuela: Jurídicas Rincón.
- Arango. (2015). *Técnicas de investigación*.
- Aristizábal, J. (2002). *Cinco Estados Financieros*. Armeria: Gráfica Buda LTDA.
- Arredondo González, M. (2012). *Importancia de la contabilidad*. Guanajuato.
- Arturo. (2019). *¿Qué es la rentabilidad y cómo calcularla?* Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/rentabilidad/>.
- Ayaviri, D. (2010). *CONTABILIDAD BÁSICA Y DOCUMENTOS MERCANTILES*. Argentina: N-DAG.
- Bagur, P. (2010). *Contabilidad general con el nuevo PGC*. España.

- Ballou, R. (2005). *Administración de la cadena de suministro*. México: Pearson Prentice Hall.
- Bastidas, M. (2017). *Propuesta metodología para la valoración participativa*. Obtenido de <http://www.museoscolombianos.gov.co/fortalecimiento/comunicaciones/publicaciones/Documents/Propuesta%20metodologica%20para%20la%20valoracion.pdf>.
- Bernal Torres, C. (2000). *Metodología de la investigación para Administración y Economía*. Bogotá, Santa Fe. Colombia: M. Morales Estrada, Ed.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación en administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Bogotá: n/n.
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la Investigación 4ta Edición*. La Sabana, Colombia: PEARSON.
- Blasco, M., & Perez, T. (2007). *Metodologías de investigación en las ciencias de la actividad física y el deporte: ampliando horizontes*. San Vicente: Club Universitario.
- Bonta, P. (2002). *Preguntas sobre marketing*. Editorial. Norma.
- Calderón, Á. (2016). *Los desafíos del Ecuador para el cambio estructural con inclusión social*. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40863/1/S1601309_es.pdf.
- Calderón, J. (2008). *Estados Financieros 2° edición*. Lima: JCM Editores.
- Canelo Tovar, E. (03 de 12 de 2014). *auditool.org*. Obtenido de [auditool.org](https://www.auditool.org/blog/control-interno/939-control-interno-de-los-inventarios): <https://www.auditool.org/blog/control-interno/939-control-interno-de-los-inventarios>

- Centro de Estudios Financieros. (2019). *El cliente*. Obtenido de <https://www.marketing-xxi.com/el-cliente-55.htm>.
- Cepeda, A. G. (1997). *Auditoría y control interno*. Mexico: Editorial Mc Graw Hill.
- César A. Bernal . (2010). *Metodología de la Investigacion* . Colombia: D.R. ©2010 por Pearson Educación de Colombia Ltda.
- Chacon Wladimir. (26 de enero de 2002). *gestiopolis*. Obtenido de Conceptos de control interno: Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/conceptos-de-control-interno/>
- Clements, J. (20 de November de 2017). *ehowenespanol*. Obtenido de ehowenespanol: https://www.ehowenespanol.com/cuales-son-objetivos-especificos-auditoria-info_192577/
- Coelho Fabián. (17 de 05 de 2019). Obtenido de <https://www.significados.com/metodologia/>
- conceptodefinicion. (26 de julio de 2019). *conceptodefinicion.de*. Recuperado el 20 de 01 de 2020, de <https://conceptodefinicion.de/inventario/>
- Díaz, V. (2006). *Metodología de la investigación*. Rill Editores.
- Dre-Learning.com. (2014). *ESTUDIOS CORRELACIONALES*. Obtenido de http://www.dre-learning.com/download/cursos/mdli/parte_4.htm.
- Economía financiera. (2012). *Rentabilidad*. Obtenido de <http://ocw.uc3m.es/economia-financiera-y-contabilidad/economia-de-la-empresa/material-de-clase-1/Rentabilidad.pdf>.
- El País. (2016). *La revolución de la tecnología en el sector automotriz*. Obtenido de <https://www.elpais.com.co/tecnologia/la-revolucion-de-la-tecnologia-en-el-sector-automotriz.html>.

- Enciclopedia Económica. (14 de 1 de 2020). *enciclopediaeconomica.com*.
 Obtenido de *enciclopediaeconomica.com*:
<https://enciclopediaeconomica.com/auditoria-externa/>
- Flores, J. (2008). *Estados Financieros*. Lima : Real Time.
- Fox, V. (2005). *Análisis documental de contenido: principios y prácticas*.
 Buenos Aires: Alfagrama.
- García, J. (2014). *Contabilidad de Costos*. Bogota: Mc. Graw Hill.
- Garza , A. (2007). *Manual de técnicas de investigación*. Monterrey:
 UNIVERSIDAD DE NUEVO LEON.
- Gestiopolis. (2010). *cuentas por cobrar*. n/n: gestiopolis.
- Gómez bastar, S. (2016). *Metodología de la Investigación*. México: RED
 TERCER MILENNIOS.C.
- Gómez, M. (2006). *Introduccion a la Metodología de la Investigación
 Científica*. Brujas.
- Gómez, R. (2004). *LA CIENCIA CONTABLE*. Obtenido de
<https://www.eumed.net/cursecon/libreria/2004/rgl-conta/2.5.2.htm>.
- Gonzalez, M., Del Rio, C., & Dominguez, J. (2013). Los Servicios, Concepto
 Clasificacion y Problemas de Medición. *Ekonomiaz*, 10-19. Obtenido
 de [file:///C:/Users/jorge/Downloads/Dialnet-
 LosServiciosConceptoClasificacionYProblemasDeMedic-
 1317365.pdf](file:///C:/Users/jorge/Downloads/Dialnet-LosServiciosConceptoClasificacionYProblemasDeMedic-1317365.pdf): [file:///C:/Users/jorge/Downloads/Dialnet-
 LosServiciosConceptoClasificacionYProblemasDeMedic-
 1317365.pdf](file:///C:/Users/jorge/Downloads/Dialnet-LosServiciosConceptoClasificacionYProblemasDeMedic-1317365.pdf)
- Groover, M. P. (2006). *Fundamentos de manufactura moderna: materiales,
 procesos y sistemas*. Pearson Educación. . Pearson Educación. .
- Guajardo, G. (2012). *Contabilidad para no contadores*. Mexico: Programas
 Educativos S.A.

- Hernández, Fernández, & Baptista. (2016). *Metodología de La Investigacion*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/38757804/Metodologia-de-La-Investigacion-Hernandez-Fernandez-Batista-4ta-Edicion>.
- Holmes, W. A. (1997). *Principios básicos de auditoría*. Mexico: Editorial continental, S.A.
- IDAT. (2019). *7 Innovaciones tecnológicas en la Industria Automotriz del 2019*. Obtenido de <https://www.idat.edu.pe/blog/7-innovaciones-tecnologicas-industria-automotriz-2019>.
- Illescas, S. (2007). *Manual de Métodos y Técnicas de Investigación*. Guayaquil, Ecuador.
- Instituto Americano de Contadores Públicos Certificados. (2007). *Instituto Americano de Contadores Públicos Certificados*. Estados Unidos: Instituto Americano de Contadores Públicos Certificados.
- Inyerma, M. (2015). *La observacion, Cuestionario Y Entrevista*.
- Irarrázabal, A. (2010). *Contabilidad: Fundamentos y usos*. Chile: Editorial ebooks Patagonia-Ediciones.
- Jaimovich, D. (2019). *Las 10 tendencias tecnológicas que marcarán el rumbo en 2019*. Obtenido de <https://www.infobae.com/america/tecno/2019/01/05/las-10-tendencias-tecnologicas-que-marcaran-el-rumbo-en-2019/>.
- Javerina, P. U. (2006). *Instructivo para el manejo de los Activos Fijos*. Quito.
- Jimenez, W. (2010). *Contabilidad de costos*. Obtenido de <https://www.sanmateo.edu.co/documentos/publicacion-contabilidad-costos.pdf>.

jobandtalent. (17 de Junio de 2013). *blog.jobandtalent.com*. Obtenido de blog.jobandtalent.com:

<https://blog.jobandtalent.com/2013/06/17/auditor-interno-externo/>

Josar, C. (2018). *La contabilidad y el sistema contable*. España: AECA.

Jose J. Alcarria Jaime. (2008). *Contabilidad Financiera I*. Publicacions de la Universitat Jaume I.

Llanos, N. (2017). *MANUAL DE PROCESOS*.

Lopez Salazar, B. (20 de Ene de 2020). *ingenieriaindustrialonline.com*.

Obtenido de [ingenieriaindustrialonline.com](https://www.ingenieriaindustrialonline.com):

<https://www.ingenieriaindustrialonline.com/herramientas-para-el-ingeniero-industrial/administraci%C3%B3n-de-inventarios/m%C3%A9todos-de-valoraci%C3%B3n-de-inventarios/>

Madariaga, J. M. (2000). *Manual práctico de auditoría*. España: Editorial Deusto S.A.

Mogollon, Y. (2009). *Introduccion a la contabilidad*. N/N: N/N.

Navarro Silva, O. L. (2017). NORMAS DE CONTROL CONTABLE. *Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos*, 51.

Navarro, J. (octubre de 2015). *Definición ABC*. Obtenido de Definición ABC: <https://www.definicionabc.com/economia/stock.php>

NIC. (2004). *NORMA INTERNACIONAL DE CONTABILIDAD Nº 18* .

Obtenido de [http://nicniif.org/files/u1/orma_Internacional_de_Contabilidad_n__](http://nicniif.org/files/u1/orma_Internacional_de_Contabilidad_n__18_2_.pdf)

[18_2_.pdf](http://nicniif.org/files/u1/orma_Internacional_de_Contabilidad_n__18_2_.pdf).

NIC. (2018). *Norma Internacional de Contabilidad 1*. Obtenido de

[https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/cr/Documents/audit/documentos/niif-2019/NIC%201%20-](https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/cr/Documents/audit/documentos/niif-2019/NIC%201%20-%20Presentaci%C3%B3n%20de%20Estados%20Financieros.pdf)

[%20Presentaci%C3%B3n%20de%20Estados%20Financieros.pdf](https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/cr/Documents/audit/documentos/niif-2019/NIC%201%20-%20Presentaci%C3%B3n%20de%20Estados%20Financieros.pdf).

- NIC NIIF. (2020). *Glosario de términos* . Obtenido de https://www.nicniif.org/files/normas2010/parte%20b/70_glossary%20of%20terms%20f_139.pdf.
- Normas Internacionales de Información Financiera. (2016). *Normas Internacionales de Información Financiera*. n/n: n/n.
- Nuño, P. (20 de abril de 2017). *emprendepyme.net*. Obtenido de emprendepyme.net: <https://www.emprendepyme.net/auditoria-interna.html>
- Observatorio del Inversor. (2012). *QUÉ ES LA RENTABILIDAD*. Obtenido de <https://www.andbank.es/observatoriodelinversor/que-es-la-rentabilidad/>.
- Ochoa Jiménez, D. (2012). *TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE: INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA*. Quito.
- OMEÑACA, J. (2016). *Contabilidad General*. Obtenido de <https://www.marcialpons.es/media/pdf/9788423427574.pdf>.
- Panez, Chacaliaza & Asociados y Panez & Faesa . (26 de Enero de 2018). *RSM*. Recuperado el 26 de Enero de 2018, de RSM: <https://www.rsm.global/peru/es/news/conoce-la-importancia-de-la-auditoria-para-empresas>
- Paz, H. (2003). *Fundamentos de la Contabilidad*. Guayaquil, Ecuador: Manglar Editores.
- Pellegrino, F. (2001). *Introduccion a la contabilidad general*. Caracas: Ucab.
- Perez, E. (2006). *CUENTAS POR COBRAR*. N/N: N/N.
- Pérez, R. (2017). *UF0515 - Plan general de Contabilidad*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=y3pXDwAAQBAJ&pg=PA141&lpg=PA141&dq=Se+produce+un+ingreso+cuando+aumenta+el+>

patrimonio+empresarial+y+este+incremento+no+se+debe+a+nuev
as+aportaciones+de+los+socios.+Las+aportaciones+de+los+propie
tarios+en+ning%C3%BA+ca.

Prenice, H. (2008). *Administración*. Quinta Edición.

Quispe, L. (2013). *El uso de la encuesta en las ciencias sociales*. España:
Ediciones de la U|.

Raffaelli, M. (2009). *Estados contables de presentación: pautas para si
presentación*.

Raffino, M. E. (29 de noviembre de 2019). *concepto.de*. Obtenido de
concepto.de: <https://concepto.de/rentabilidad/>

Ramón, J. (2011). *La Empresa Humana: Las Organizaciones
Empresariales y el Hombre*. Madrid: Vision Libros.

Riquelme, M. (12 de Oct de 2017). *webyempresas*. Obtenido de
webyempresas: [https://www.webyempresas.com/tipos-de-
inventario/](https://www.webyempresas.com/tipos-de-inventario/)

Roldán, P. (2018). *Saldo*.

Rondan, K. (2017). *GASTOS OPERATIVOS E IMPUESTO A LA RENTA*.
Obtenido de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/15050/Rondan_
FKG.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/15050/Rondan_FKG.pdf?sequence=1&isAllowed=y).

Root, S. J. (1998). *Beyond COSO. Internal Control to Enhance Corporate
Governance*. John Wiley, New York.

rsm.global. (26 Enero 2018 de 26 Enero 2018 de 26 Enero 2018). *RSM*.
Recuperado el 26 de Enero de 2018, de RSM:
[https://www.rsm.global/peru/es/news/conoce-la-importancia-de-la-
auditoria-para-empresas](https://www.rsm.global/peru/es/news/conoce-la-importancia-de-la-auditoria-para-empresas)

- Sallenave, J. (2002). *La gerencia integral ¡No le tema a la competencia, temale a la incompetencia!* Bogotá.
- Sampieri, R. (2006). *Metodología de la investigación*. Mexico: Cuarta edición.
- Sánchez Gómez, A. (10 de Octubre de 2005). *Fundamentos teóricos de la auditoría y su calidad*. Obtenido de Gestiopolis: <https://www.gestiopolis.com/fundamentos-teoricos-auditoria-y-su-calidad/>
- Sánchez, J. (2010). *Análisis de Rentabilidad de la empresa*. Obtenido de <https://ciberconta.unizar.es/leccion/anarenta/analisisR.pdf>.
- Sarmiento, R. (2009). *Contabilidad General*. Quito: Editorial Voluntad.
- Schumpeter, J. (2009). *Nueva Contabilidad General*. Madrid. España : Cultural, S.A. de Ediciones.
- Seder, J. W. (2001). *Crédito y Cobranzas*. Mexico: CECSA.
- Significados. (2020). *Rotación*. Obtenido de <https://www.significados.com/rotacion/>.
- Significados.com. (08 de 09 de 2016). *Significados.com*. Obtenido de Significados.com: <https://www.significados.com/auditoria/>
- Sinisterra , G., & Rincón , C. (2018). *Contabilidad de Costos*. Obtenido de <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2018/02/Contabilidad-de-costos-2ed.pdf>.
- Tamayo, M. (2004). *El proceso de la investigación científica*. Limusa.
- Urueña B., O. L. (2010). *CONTABILIDAD BÁSICA*. San Mateo: Fundación para la Educación Superior.
- Vallejo, H., & Chiliquinga, M. (2017). *Costos - Modalidad Ordenes de producción*. Obtenido de

<http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/7077/1/LIBRO%20Costos.pdf>.

Vega, D. L. (16 de 1 de 2020). *clickbalance*. Obtenido de clickbalance: <https://clickbalance.com/blog/contabilidad-y-administracion/inventarios-de-mercancias-sistemas-de-inventarios/>

Venegas, W. (2007). *Trabajo de campo en auditoria*. Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia.