



**Simón Rodrigo Moreno Álvarez**

s\_moreno@esPOCH.edu.ec

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

Facultad de Administración de Empresas

Riobamba - Ecuador

**Homero Eudoro Suarez Navarrete**

h\_suarez@esPOCH.edu.ec

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

Facultad de Administración de Empresas

Riobamba - Ecuador

**Mónica Isabel Izurieta Castelo**

m\_izurieta@esPOCH.edu.ec

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

Facultad de Administración de Empresas

Riobamba - Ecuador

**Joana Sofía Procel Falconí**

joanaprocelf@hotmail.com

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

Facultad de Ciencias Pecuarias

Riobamba - Ecuador

## RESUMEN

La presente investigación se efectuó con el objetivo de determinar el Modelo de Negocios de las empresas importadoras de repuestos automotrices caso Meneses; para lo cual se trabajó con un enfoque cuantitativo- cualitativo en base a un análisis del comportamiento de mercado de este tipo de empresas y se analiza la transparencia y razonabilidad de los estados e indicadores financieros; se realiza un nivel de investigación exploratoria que permite obtener un conocimiento general de las importaciones de repuestos automotrices en el Ecuador; se aplica una investigación descriptiva mediante un análisis de la oferta de empresas importadoras de repuestos y su utilización para el mejoramiento de la gestión financiera con la adecuada toma de decisiones; se maneja la encuesta como técnica de investigación y aplicando el debido cuestionario, el método investigativo es el deductivo- inductivo debido a que el análisis que se lo realiza primero en función de lo que pase en terminas generales a nivel país y luego en el caso Meneses.

**PALABRAS CLAVES:** Modelo de Negocio; indicadores financieros, comercialización; Rentabilidad social; Toma de decisiones.

## SUMMARY

The present investigation was carried out with the objective of determining the Business Model of import companies of automotive spare parts case Meneses; for which we worked with a quantitative-qualitative approach based on an analysis of the market behavior of this type of companies and analyzed the transparency and reasonableness of the financial statements and indicators; a level of exploratory research is carried out to obtain a general knowledge of imports of automotive parts in Ecuador; a descriptive research is applied through an analysis of the supply of spare parts importing companies and their use for the improvement of financial management with adequate decision making; the survey is handled as a research technique and by applying the appropriate questionnaire, the investigative method is the deductive-inductive because the analysis is done first depending on what happens in general terms at the country level and then in the Meneses case .

**KEYWORDS:** Business Model; financial indicators, marketing; Social profitability; Decision making.

## ABSTRACT

This work has the objective to know the importance of using dashboards in all managerial activities of direct sale's companies, specifically in the textile industry, given that nowadays, dashboards constitute an essential tool to support the management of companies, which have a growing vision. Whether they are industrial, commercial or services' companies. These graphical representations (dashboards) allow them to group a great amount of data and transform it into knowledge, which will help CEOs by decision making in order to anticipate negative events, to correct them on the go, to promote the good use of the company's resources, and to generate the expected profitability by shareholders. To accomplish the objective, a documental methodology was used, in which some concepts where collected, examined and applied. These concepts helped to structure and to model data that could match to companies with the same characteristics of the company in the present case study. Moreover, the experience of the leaders in the company was used to run the dashboard model in the later phase: análisis and control of its efficient functioning.

**KEYWORDS:** Dashboard, Profitability, Decision making.

## INTRODUCCIÓN

El sector automotriz es el que se ocupa del diseño, producción y ventas de automóviles, así como de sus partes y recambios o repuestos. La economía ecuatoriana depende en gran medida en este sector, esto permite dar empleo a unas 90.000 personas directa e indirectamente, y además aportar al fisco con el pago de aranceles. Las principales empresas ensambladores de automóviles en Ecuador son: Motors Ómnibus BB GM-OBB (Chevrolet), MARESA (Mazda) AYMESA (KIA) y, desde el año 2013, CIAUTO (Great Wall). (Cremades & Calero, 2016).

Entre los repuestos más importados se pueden destacar sistemas de fricción dispositivos de frenado, discos, tambores, servofrenos, y filtros para los motores. En este último caso, el INEN exige que incorporen el nombre del producto, la marca comercial y el país de origen, como también el lote, la fecha de producción y la razón social del fabricante. Todo debe estar en español y de forma visible en la etiqueta o embalaje.

La industria de autopartes está conformada por los proveedores de partes y piezas de las compañías ensambladoras. En los comienzos de esta industria la participación en la fabricación de componentes para la industria de ensamblaje ecuatoriana tuvo un desarrollo muy incipiente, el mercado automotor era muy heterogéneo y su tamaño muy reducido. Se fabricaban solamente neumáticos, baterías, resortes de ballestas y filtros de motor. (Gomez, 2011)

En cambio entre los componentes y partes que se fabrican actualmente se mencionan: asientos, tapicería, partes estampadas, partes de fibra de vidrio, vidrios, aislantes isonorizantes, sistema de escape, material de fricción, bujías de encendido, filtros de aire y aceite, partes de fundición, baterías, llantas, piezas plásticas, radiadores, tanques de combustible, sellantes, pinturas horneables y solventes, parachoques, conjunto de cables eléctricos, partes de caucho, tambores y discos de frenos, discos de embrague, silenciadores, ruedas estampadas, gatas portátiles, bocinas,

espejos, cajones para camionetas, ceniceros, entre otros con producto chino, que es de menor calidad según los comercializadores. (CENTRO DE DESARROLLO INDUSTRIAL DEL ECUADOR, 2011).

## REFERENCIAL TEÓRICO

### MODELO DE NEGOCIO

Este término en la última década a tomado su renombre porque se lo identifica en el mundo de e-Business, permitiendo que se lo asocie con la obtención de recursos mediante el internet; además se hace una referencia a la forma en la cual la empresa realiza las actividades comerciales y financieras en su negocio.. (Drucker, 1954).

Modelo de Negocio según (Magretta, 2002), basado en Druker manifiesta que son las “historias que explican cómo la empresa trabaja” y se permite responder las siguientes interrogantes ¿Quién es el cliente y qué valora? ¿Cuál es la lógica económica subyacente que explica cómo podemos aportar dicho valor al cliente a un coste apropiado.

Autores con (Amit & Zott, 2001) manifiestan que “un modelo de negocio explicita el contenido, la estructura y el gobierno de las transacciones designadas para crear valor al explotar oportunidades de negocio”.

Por otra parte (Shafer, Smith, & Linder, 2005) luego de analizar 12 definiciones publicadas entre 1989 y 2002 y desarrollan un diagrama de afinidad para identificar las cuatro categorías comunes en todas las definiciones: elecciones estratégicas, creación de valor, captura de valor y red de valor. En definitiva, un modelo de negocio debe incluir las elecciones estratégicas, muchas veces asociadas a una red de organizaciones que colaboran, que explican la creación y captura de valor.

Un autor muy destacado en el área de marketing (Porter, 1996) define el modelo de negocio como la nueva unidad de análisis que da forma a una manera genuina e innovadora de conseguir atraer la confianza de los clientes, generar ingresos con

los que cubrir los costes y mantenerse viables en el mercado. El modelo de negocio no es una llamada a la homogeneización en las proposiciones de valor y en la forma de llevar a la práctica la estrategia empresarial (como podría parecer si tomamos el término modelo desde su significado como referente al que todos quieren converger o parecerse). Por el contrario, el modelo de negocio surge para dar forma a la diversidad y a la complejidad, a través de una síntesis rigurosa de las relaciones más significativas entre las variables de decisión de las empresas y los resultados que se obtienen de alterar las mismas (modelo como representación simbólica y simplificada de una realidad compleja).

### **Comercialización.**

La comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Estas acciones o actividades son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales.

Se da en dos planos: Micro y Macro y por lo tanto se generan dos definiciones: Microcomercialización y Macrocomercialización.

- **Microcomercialización:** Observa a los clientes y a las actividades de las organizaciones individuales que los sirven. Es a su vez la ejecución de actividades que tratan de cumplir los objetivos de una organización previendo las necesidades del cliente y estableciendo entre el productor y el cliente una corriente de bienes y servicios que satisfacen las necesidades.
- **Macrocomercialización:** Considera ampliamente todo nuestro sistema de producción y distribución. También es un proceso social al que se dirige el flujo de bienes y servicios de una economía, desde el productor al consumidor, de una manera que equipara verdaderamente la oferta y la demanda y logra los objetivos de la sociedad. (<http://www.definicionabc.com/economia/comercializacion.php>, s.f.)

### **Funciones de Comercialización.-**

Las funciones universales de la comercialización son: comprar, vender, transportar, almacenar, estandarizar y clasificar, financiar, correr riesgos y lograr información del mercado. El intercambio suele implicar compra y venta de bienes y servicios. A continuación se detallan las funciones principales:

- **Función comprar:** Significa buscar y evaluar bienes y servicios para poder adquirirlos eligiendo el más beneficioso para nosotros.
- **Función venta:** Se basa en promover el producto para recuperar la inversión y obtener ganancia.
- **Función transporte:** Se refiere al traslado de bienes o servicios necesario para promover su venta o compra de los mismos.
- **La financiación:** Provee el efectivo y crédito necesario para operar como empresa o consumidor.
- **Tomar riesgos:** Entraña soportar las incertidumbres que forman parte de la comercialización.

Las funciones de la comercialización son ejecutadas por los productores, consumidores y especialistas en comercialización. Los facilitadores están con frecuencia en condiciones de efectuar también las funciones de comercialización.

### **Gerencia y comercialización.**

Para realizar una comercialización buena y formal, en el ámbito empresarial el sistema gerencial es indispensable, ya que es el encargado de realizar ciertas tareas que garanticen una comercialización justa, legal y equitativa en ambas partes.

Por lo general la gerencia tiene tres tareas básicas:

- 1.- Establecer un plan o una estrategia de carácter general para la empresa
- 2.- Dirigir la ejecución de este plan.
- 3.- Evaluar, analizar y controlar el plan en su funcionamiento real-

Por razones de sencillez, estas tareas se pueden sintetizar como la planificación, la ejecución y el control. Cada una de estas tareas es indispensable para poder manejar una comercialización estable y provechosa para ambas partes que intervengan en un sistema comercial. (<http://www.definicionabc.com/economia/comercializacion.php>, s.f.)

## INDICADORES ECONOMICOS Y FINANCIEROS

El análisis significa, ordenamiento, manipulación y resumen de datos, para responder a las preguntas de investigación. El propósito del análisis es reducir los datos en una forma entendible e interpretable para que las relaciones de los problemas de investigación puedan ser estudiadas y probadas. (Kerlinger & Lee, 2002).

El análisis financiero integral rebasa las formas tradicionales del análisis financiero de una organización, porque no solo considera los aspectos financieros evidentes expresados en los estados financieros, sino que también trata de conocer aquellas características que sin ser cuantificables, y por tanto, no reveladas en los reportes (García, 2015).

## RENTABILIDAD

En la literatura económica, aunque el término de rentabilidad se utiliza de forma muy variada, y son muchas las aproximaciones doctrinales que inciden en una u otra faceta de la misma, en sentido general se denomina a la rentabilidad a la medida del rendimiento que en un determinado periodo produce los capitales utilizados en el mismo. Esto supone la comparación entre la renta generada y los medios utilizados para obtenerla con el fin de permitir la elección entre alternativas o a juzgar por la eficiencia de las acciones realizadas, según que el análisis sea a priori o a posteriori. (Sánchez, 2002)

(Lizcano y Castelló, 2004) señalan que la rentabilidad es un concepto amplio que admite diversos enfoques y proyecciones, y actualmente existen diversas perspectivas de lo que puede incluirse dentro de este término dentro de las empresas, bien sea desde el punto de vista económico o financiero o desde el punto de vista de rentabilidad social. Por su parte (Askanson, 2005) la rentabilidad será medida como el resultado obtenido al realizar una actividad económica de transformación, de producción y/o de intercambio, apareciendo el excedente o rentabilidad en la parte final del intercambio.

La rentabilidad según (Gitman, 2003) la rentabilidad

se puede considerar a nivel general, como la capacidad o aptitud de la empresa de generar un excedente a partir de un conjunto de acciones al igual que de inversiones efectuadas. De esta manera, la rentabilidad económica será medida como el resultado obtenido al realizar una actividad económica de transformación, de producción y/o de servicio, apareciendo el excedente o rentabilidad en la parte final del intercambio.

## TOMA DE DECISIONES

La toma de decisiones es fundamental para el organismo la conducta de la organización. La toma de decisión suministra los medios para el control y permite la coherencia en los sistemas. (Kast, 1979). Por su parte (Lindgren, 1972) La toma de decisiones vista desde el ámbito psicosociológico, tiende a referirse a las decisiones grupales, aunque esta no sea una generalidad; ya que los organismos están biológicamente organizados para asociarse.

(Castillo, 2006), inician con la estructuración de los problemas y la toma de decisiones basados en la identificación clara, de las alternativas de decisión de los eventos probabilísticos y de la información económica relevante. Esta última tomando un papel muy relevante en la labor del empresario, pues será un determinante a la hora de la toma de decisiones

(Vicens, 2005) Las decisiones pueden tomarse en un contexto de certidumbre, incertidumbre o riesgo. En el primer caso, que es el más inusual en las empresas, se conocen todos los datos necesarios para tomar la decisión. En estado de incertidumbre los datos de las alternativas son incompletos, por lo que la decisión se basa en supuestos. Finalmente, existe riesgo si se conocen las probabilidades asociadas a un resultado satisfactorio para cada alternativa. Dependiendo de la situación se pueden utilizar métodos cuantitativos de ayuda a la toma de decisiones.

## MATERIAL Y MÉTODOS

### Enfoque de Investigación

Se aplica la modalidad de investigación: cuantitativa – cualitativa, con énfasis en lo que tiene que ver a lo cuantitativo, su magnitud puede ser medida en términos numéricos, esto es que los valores de los fenómenos a estudiar pueden expresarse en números de clientes, porcentajes para el análisis de los resultados.

## TIPOS DE ESTUDIOS DE INVESTIGACIÓN

### • **Descriptiva**

La investigación se lo efectuará en la Importadora Meneses. En donde se conocerá en detalle de lo que realizan todos y cada uno de los integrantes de la empresa y su real contribución a mejorar la gestión administrativa y financiera.

### • **De campo**

Es la investigación aplicada para interpretar y solucionar alguna situación, problema o necesidad en un momento determinado. Las investigaciones son trabajadas en un ambiente natural en el que están presentes las personas, grupos y organizaciones científicas las cuales cumplen el papel de ser la fuente de datos para ser analizados.

### • **Documental**

La investigación recurrirá a una información para ampliar y profundizar diferentes enfoques, teorías, conceptualizaciones y criterios de diversos libros, Internet en los cuales encontraremos fundamentos, con los que se defenderá el proyecto que se está realizando, los mismos que serán analizados para establecer relaciones o diferencias respecto al problema de estudio.

## MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

### • **Deductiva**

Se realiza un análisis en forma general de la oferta y demanda a nivel nacional de la venta de vehículos y el nombre de las empresas importadoras de repuestos automotrices a nivel nacional.

### • **Inductiva**

Con la información obtenida se realiza un análisis del comportamiento financiero de la Importadora Meneses.

## RESULTADOS

El presente trabajo de investigación recopila información en los distintos libros de Modelos de Gestión tanto nacionales como internacionales, se ha realizado este trabajo de Investigación con el nombre de Modelo de Gestión de las empresas importadoras de repuestos automotrices caso Meneses. El fin principal de un Modelo de Gestión es verificar como realizan sus actividades comerciales mediante el análisis de estados financieros que demuestre de transparencia y razonabilidad de la gestión económico - financiero, para de esta manera realizar un examen amplio de los mismos y así poder determinar los correctivos necesarios para conseguir la meta plasmada por las empresas importadoras.

Se determinaron los preceptos de las empresas dedicadas a estas actividades de importación de repuestos automotrices para de esta manera conocer cuál es el fin que persigue las organizaciones, enfocándonos en los antecedentes del Modelo de Gestión, los objetivos que persiguen dichas empresas.

Se detalló la forma y los métodos que servirán para la realización del presente trabajo, partiendo de lo más amplio a lo más simple, es decir que utilizaremos un método de investigación deductivo, la investigación desarrollada en este artículo está basada en una investigación descriptiva, debido a que nos da una análisis breve del comportamiento de las empresas importadoras de repuestos automotrices en el Ecuador.

## PRINCIPALES EMPRESAS IMPORTADORAS DE REPUESTOS AUTOMOTRICES EN ECUADOR

AUTO PARTS JAPONES	Auto Parts Japonés S.A. es desde 1.970, distribuidor autorizado para el Ecuador de baterías automotrices de la afamada marca Japonesa YUASA
AVISAN	Es una empresa ecuatoriana establecida desde 1978, dedicada a la Importación, Venta al por Mayor y Menor de Repuestos Automotrices en todos los Modelos de las siguientes marcas: FORD, CHEVROLET, ISUZU, JEEP, DODGE; tanto para vehículos AMERICANOS, JAPONESES, KOREANOS y BRASILEROS (VOLKSWAGEN), sus productos son importados desde EE.UU, Eu- ropa, China, Chile, Brasil y Colombia. Cuentan con cinco locales a nivel nacional, la matriz se encuentra en la ciudad de Guayaquil.
AUTORAD	Empresa que opera en el sector de repuestos y piezas de automoción
CORPORACIÓN FAVORITA	Cuenta con la más amplia red de grandes supermercados en las principales ciudades del país (76 locales: 28 Supermaxis, 9 Megamaxis, 8 Akí y 31 Gran Akí) con un número importante de locales concentrados en Quito y Guayaquil. Está ubicada en el puesto No. 4 del ranking de las principales empresas publicado por la Superintendencia de Compañías del Ecuador, con una facturación anual de USD 871 millones y unos beneficios de USD 94,6 millones. Corporación "La Favorita" cuenta también con una segunda red de supermercados denominados "Akí" y "Gran Akí", orientados a sectores populares y con una oferta más limitada de productos.
CORPORACION MARESA	Empresa fundada en 1997, son dueños de los talleres Autosharecorp que cuentan con certificación de calidad en su servicio, otorgado por Ford Motor Company, y trabajan las líneas automotrices de mecánica general, enderezada, pintura, soldadura, mecatrónica, electricidad, suspensión, frenos, balanceo y lubricación.
CONAUTO	Empresa que se dedica a distribuir, producir y suministrar productos y servicios a nivel nacional e internacional a precios competitivos.
DALBRAS	Importante empresa quiteña, dedicada a la venta al por mayor y al por menor de todo tipo de partes, componentes, suministros, herramientas y accesorios para vehículos automotores
DEPORPAS	Empresa creada en 2002, su principal actividad es la importación, distribución y comercialización al por mayor de repuestos y accesorios automotrices para vehículos livianos y semipesados. Venden repuestos para vehículos brasileños, coreanos, europeos y japoneses. Disponen de una amplia cobertura a nivel nacional
DISMERINT	Empresa ecuatoriana fundada en el año 1991, especializada en la importación y comercialización de repuestos automotrices. Sus productos son importados desde Italia, EE.UU. India, China y España con la empresa AJUSA. Su matriz se encuentra en la ciudad de Quito y una sucursal en la ciudad de Guayaquil
EDREMAR	Empresa especializada en la venta de repuestos para automóvil.
FRENOSEGURO	Es la cadena de llantas, repuestos y servicios automotrices más completa a nivel nacional. Tiene más de 60 años de experiencia en la importación, comercialización y distribución de autopartes. Cuentan con 10 agencias a nivel nacional para la venta de repuestos.
GAMAPARTES	GAMAPARTES es una empresa que se dedica a la distribución y comercialización de productos automotrices en Ecuador, a través de puntos de venta propios y distribuidos asociado.
GENERAL MOTORS DEL ECUADOR	GM del Ecuador es la planta de ensamblaje automotriz más grande del país maneja su operación de manera sustentable en conjunto con sus colaboradores, proveedores y la Red de Concesionarios Chevrolet, que tiene más del 60% de cuota de mercado.

FUENTE: (Cremades & Calero, 2016)

Es importante tomar en cuenta que el sector automotor no se suscribe solo a la venta de vehículos, sino además a la venta de autopartes o repuestos, lubricantes, financiamiento automotriz y otros negocios relacionados como: seguros, dispositivos de rastreo, venta de combustibles, entre otros. La actividad se enmarca en un sector formal que aporta en gran medida a la economía del país, ya que se deriva en varios subsectores que complementan su actividad productiva y comercial. (Muñoz, 2016). Cabe destacar que la venta de repuestos automotrices están en función directa de la venta de automóviles.

#### RANKING DE VENTAS DE VEHÍCULOS POR MARCAS MARCAS:

Participación de ventas por marcas 2014 (%)	
Chevrolet	44,62
Kia	10,03
Hyundai	8,85
Mazda	5,76
Toyota	5,39
Nissan	5,01
Hino	3,81
Ford	3,47
Renault	2,15
Great Wall	1,8
Volkswagen	1,62
JAC	1,09
Otras	6,39

FUENTE: (Anuario AEADE,  
2014)

En la provincia de Chimborazo existen Empresas Importadoras de repuestos que están constituidas legalmente, es decir, su registro lo llevan a través de la Superintendencia de Compañías y otras que realizan su comercio de forma irregular. Es por ello que se ha tomado como referencia una de las que están funcionando legalmente ese es el caso de la empresa de nombre Importadora Meneses de la ciudad de Riobamba – Chimborazo.

La Importadora Meneses nace en el mes Agosto del 2013 con un capital de \$30.000 por aportes de dos socias que son Carmen Cali Presidente y Janeth Meneses Representante Legal. La Importadora Meneses es una empresa que se dedica a la comercialización de toda clase de accesorios para

vehículos, tales como Faros, capots, guardafangos y demás extras que se necesitan para poder restaurar un automotor. En la actualidad la empresa tiene su local ubicado en la Av. Uruguay y Orozco; la calidad de los productos que comercializa le ha permitido tener acogida dentro del mercado al que direcciona sus actividades, los precios que posee la coadyuva para que la empresa resulte ser competitiva en comparación a los demás establecimientos afines a su naturaleza.

Debido a la situación actual de las Empresas Importadoras de repuestos automotrices que tienen su actividad comercial en la provincia de Chimborazo, se determinaron los siguientes problemas que son comunes:

- La estructura orgánico – funcional no está dentro de los parámetros que determinan las investigaciones actuales de los Modelos de Gestión.
- Los estados financieros no reflejan correctamente la situación económica de las empresas.
- No existe una planificación del presupuesto que permita abarcar todos los pedidos que se necesitan para cubrir toda la demanda de los clientes, así como el stock necesario en bodega.
- No se cuenta con un control en los procesos administrativos lo que impide tener una herramienta para la correcta toma de decisiones.
- Las Empresas Importadoras de repuestos automotrices no cuentan con un organigrama estructural que defina los niveles jerárquicos.
- No poseen una normativa interna que contribuya al desenvolvimiento normal de las actividades de las Empresas Importadoras, ni al correcto desempeño laboral por parte de los trabajadores en cada una de sus áreas.

Con los problemas antes descritos que fueron del resultado de la investigación, se hace necesario estructurar y desarrollar un Modelo de Gestión económico – financiero para la empresas motivo de análisis, a lo cual se establecen conclusiones respectivas de acuerdo a la investigación realizada.

En el área económica de la empresa Importadora Meneses se constituyó legalmente basados en derecho, por la integración de varias personas como socios de la misma, que aportaron de forma equitativa con un monto representativo para la adquisición



de la infraestructura, edificación, equipamiento y mobiliario; además, de activos intangibles como seguros e instalaciones. Aportando a la incursión del PEA local (con un total de 8 personas) de forma directa y también ser partícipes del desarrollo del PIB provincial y disminuyendo indicadores como el desempleo, la inseguridad, la movilidad de las personas a adquirir estos bienes para sus vehículos. En el ámbito financiero de la presente investigación se realizó mediante la aplicación de Índices Financieros, mismos que comprenden la verticalidad que se reflejan en los Estados Financieros de la empresa tomada como modelo Importadora Meneses.

### Análisis de liquidez

Realizado el análisis de liquidez de la importadora Meneses se obtuvieron los siguientes resultados:

#### 1. Capital de trabajo

El capital de trabajo neto es la diferencia que existe entre el activo circulante y el pasivo circulante, estos componentes son de gran interés al momento de realizar el cálculo del capital, en tal virtud se puede expresar lo siguiente:

- Capital de trabajo positivo cuando el activo circulante es mayor al pasivo circulante.
- Capital de trabajo nulo cuando el activo circulante es igual al pasivo circulante
- Capital de trabajo negativo, cuando el activo circulante es menor al pasivo circulante.

Lo ideal se enmarca en el primer caso, es ahí cuando podemos indicar que la empresa es realmente solvente.

Para el caso práctico de la Importadora Meneses se puede expresar lo siguiente

**Capital de trabajo neto = activo circulante- pasivo circulante**

Capital de trabajo neto= \$ 119.850,00 – \$ 98.760,00

Capital de trabajo neto= \$ 21.090,00

Como se había manifestado anteriormente lo ideal es poseer un capital de trabajo neto positivo, la empresa refleja un capital de trabajo acorde a los rangos establecidos para la razón financiera, es por ello que se puede aseverar que la entidad garantiza

solvencia.

#### 2. Razón circulante

La aplicación del presente indicador permite medir el grado de solvencia de la empresa, los rangos requeridos para el análisis generalmente van desde 1 a 2, para el caso de la importadora se determina una razón circulante de:

**Razón circulante= activo circulante /pasivo circulante**

Razón circulante= \$119.850,00 / \$98.760,00

Razón circulante= 1,21

El presente indicador refleja que la importadora Meneses posee \$ 1,21 de activos circulante por cada \$ 1.00 de pasivos circulantes, consecuentemente se puede afirmar que la importadora Meneses puede hacer frente a sus deudas a corto plazo.

#### 3. Razón rápida o prueba ácida

Representa la capacidad que posee la Importadora Meneses para hacer frente a sus obligaciones sin recurrir a la venta de sus inventarios.

Razón rápida= (activo circulante- inventario) / pasivo circulante

Razón rápida= (\$119.850,00- \$70.594,89) / \$98.760,00

Razón rápida= 0,50

Esto implica que la empresa tan solo puede cubrir sus obligaciones o pasivos circulantes 0,50 veces.

#### Análisis de la deuda

Al momento de realizar el presente análisis en la Importadora Meneses se obtuvo los siguientes datos:

#### 1. Razón de deuda

Permite identificar la inversión realizada por terceras personas dentro de la Importadora Meneses.

Razón de deuda= pasivos totales / activos totales

Razón de deuda= \$98.760,00 / \$177.987,72

Razón de deuda= 0,55

Se puede observar que en la Importadora Meneses los acreedores aportan con el 55% de sus activos totales.

Análisis de la actividad

Realizado el presente análisis al interior de la importadora Meneses se obtuvo los siguientes datos:

### **1. Rotación de activos totales**

Rotación de activos totales = ventas netas / activos totales

Rotación de activos totales = \$27.111,57 / \$177.987,72

Rotación de activos totales= 0,15

Este indicador representa el número de veces que la Importadora Meneses renueva sus activos totales en el año.

### **CONCLUSIONES**

En el examen realizado a las cuentas que conforman los Estados Financieros se observó que la Importadora lleva sus registros contables conforme a los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados. De la misma manera se pudo evidenciar que la falta de control en los inventarios provoca que al finalizar el período se haga más difícil su control, así como su ajuste. Se observó que no constan de un registro y control de inventarios el cual debe ser implementado en la empresa, para de esta forma facilitar su supervisión y análisis. Así también al no contar con reglamento interno en donde se regule el control y registro de las entradas y salidas de dinero por actividades ordinarias y extraordinarias de la empresa no se tiene un registro confiable de los mismos ya que los ingresos que tiene la empresa esta detallado solamente en la cuenta ventas y los egresos que tiene la misma no están correctamente clasificados y respaldados.

### **REFERENCIAS**

Amit, R., & Zott, C. (2001). Value Creation in E-Business. *Strategic Management Journal*, 493-520.

Anuario AEADE. (2014). AEADE.

Asknson, 2. (2005). *Competitividad Empresarial*. México: Segunda.

Banco Central del Ecuador. (2017). INEN.

Castillo, 2. (2006). *Toma de decisiones en las empresas*. Colombia: Primera.

CENTRO DE DESARROLLO INDUSTRIAL DEL ECUADOR. (2011).

Cremades, A., & Calero, B. (Abril de 2016). *Estudio de Mercado de Repuestos para Automoviles . El mercado de repuestos para automoviles en Ecuador . Quito, Pichincha, Ecuador: Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Quito.*

Drucker, P. (1954). *The Practice of Management*. Harper and Row Publishers.

García, V. M. (2015). *Análisis financiero un enfoque integral*. México: Grupo Editorial Patria.

Gitman, 2. (2003). *Principios de administración financiera*. México: Décima.

Gomez, N. (2011). *Nueva Historia de Ecuador*. Grijaldo.

Kast, 1. (1979). *Administración de las organizaciones*. Kerlinger, & Lee. (2002).

Lindgren, 1. (1972). *Introducción a la psicología social*. México: Primera.

Lizcano y Castelló, 2. (2004). *Productividad base de la competitividad*. México: Limusa.

Magretta, J. (2002). *Why Business Models Matter*. *Harvard business review*, 86-92.

Muñoz, Y. G. (2016). *Análisis del sector importador de repuestos de vehículos en el periodo 2010-2014. Efectos en el Comercio Exterior*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Administrativas.

Porter, M. (1996). *What is Strategy*. *Harvard Business Review*, 61-78.

Sánchez, 2. (2002). *Análisis de rentabilidad de la empresa*.

Shafer, S., Smith, H., & Linder, J. (2005). *The power of business models*. *Business horizons*, 199-207.

Vicens, A. y. (2005). *Métodos cuantitativos de ayuda a la toma de decisiones*. Valencia.