



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Contabilidad y Finanzas

“PROCESO CONTABLE DEL COSTO DE VENTAS DE LA EMPRESA AUTONIZA SAC”

Trabajo de suficiencia profesional para optar al título profesional de:

Contadora Pública

Autor:

Hethel Fiorela Carbajal Silvestre

Asesor:

Mg. CPC. Juan Antonio León Muñoz
Código ORCID 0000-0002-7028-5916

Lima - Perú

2025

Informe de Similitud



Página 2 of 55 - Descripción general de integridad

Identificador de la entrega trnoid::1:3170960801




15% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Exclusiones

▶ N.º de coincidencias excluidas

Fuentes principales

- 14%  Fuentes de Internet
- 1%  Publicaciones
- 8%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Dedicatoria

Dedicado a mi madre por su apoyo incondicional, a mi hijo mi motor y motivo, quien me impulsa a seguir adelante y a todas las personas que me apoyan de una u otra forma.

Agradecimiento

En primer lugar, agradezco a Dios, a mi asesor, por su apoyo incondicional para el desarrollo del presente trabajo.

Tabla de contenidos

Informe de Similitud.....	2
Dedicatoria	3
Agradecimiento	4
Índice de tablas	6
Índice de Figuras.....	7
RESUMEN EJECUTIVO	8
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	9
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	14
CAPÍTULO III. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA	24
CAPÍTULO IV. RESULTADOS.....	33
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	38
REFERENCIAS.....	41
ANEXOS.....	44

Índice de tablas

Tabla 1: Lista de Cotejo.....	31
Tabla 2: Resultados obtenidos de la dimensión Costos adquisición de mercancías.....	33
Tabla 3: Resultados obtenidos de la dimensión Control de los Inventarios.....	34
Tabla 4: Resultados obtenidos de la dimensión Costos Vinculados.....	36
Tabla 5: Resultados obtenidos de la dimensión Costos Indirectos.....	36
Tabla 6: Resultados obtenidos de la dimensión Cálculo del Costo de las mercancías vendidas	37
Tabla 7: Resultados obtenidos de la dimensión Auditoría y respaldo de documentación.....	38

Índice de Figuras

Figura 1: Organigrama general de la empresa.....	11
Figura 2: Organigrama de Contabilidad y Finanzas.....	12
Figura 3: Matriz FODA de la empresa	13
Figura 4: Ventas de los vehículos livianos de los años 2015-2023	23

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de suficiencia profesional tiene como objetivo describir la experiencia laboral desarrollada en el proceso contable del costo de ventas en la empresa AUTONIZA S.A.C., cuyo propósito surge como el resultado de la evaluación de su proceso sustentado en la experiencia profesional y en los conocimientos académicos sobre el concepto materia de análisis.

Para el cumplimiento de esta finalidad, se aplicó como instrumento metodológico de recolección de datos la Lista de Cotejo o de Observaciones. El proyecto se centró en evaluar el proceso contable del Costo de Ventas para implementar su correspondiente normativa que sirvan para determinar correctamente los costos contables que sirven de base para elaborar los estados financieros de la organización. Los resultados revelaron procedimientos que afectan la información contable, dando lugar a proponer recomendaciones enfocadas en implementar estrategias para la operatividad de los costos de ventas. Finalmente, se concluye que la organización implemente una norma sobre el Proceso de Costeo mensual adecuado a sus necesidades que le permita elaborar estados financieros confiables para la toma de decisiones.

Dentro de las competencias profesionales aplicadas en el presente trabajo se mencionan las siguientes: Registro y Análisis de la documentación contable, Gestión de Procesos, Habilidades de organización y planificación, Resolución de Problemas, Pensamiento crítico y creativo.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Descripción de la empresa

La empresa Autoniza S.A.C. antes Automayor Perú S.A.C., inició sus actividades económicas el 30 de diciembre del año 2016, con RUC 20601762219 y ubicado en la provincia de Lima, distrito de Surquillo, forma parte de la red de concesionarios de General Motors Perú, especialista en la venta de vehículos de las marcas Chevrolet e Isuzu; así como, de unidades seminuevos de diferentes marcas, tiene como actividad secundaria la venta de repuestos, accesorios, servicio de mantenimiento, planchado y pintura, cuenta con seis sedes en la ciudad de Lima, una sede en la provincia Constitucional del Callao y en las ciudades de Ica, Trujillo, Ayacucho y Chimbote son sus puntos estratégicos para lograr posicionamiento en el mercado automotriz.

1.2. Objeto Social

La sociedad tendrá por objeto principal dedicarse a actividades de la compra -venta de vehículos, compraventa de vehículos blindados, permuta, transformación, importación, exportación, arrendamiento, arrendamiento de vehículos blindados, renting de cualquier clase de vehículos, agenciamiento, y en general la comercialización y distribución de todo tipo de vehículos automotores fabricados e importados principalmente por la General Motors Corporation, subsidiarias y representantes de Isuzu Motors Limited, a personas naturales y jurídicas de derecho privado y al gobierno peruano, a las instituciones públicas y demás entidades públicas del orden nacional. Asimismo, la sociedad podrá dedicarse a la compra venta, permuta, importación, exportación, distribución de partes, implementos, repuestos y accesorios para vehículos automotores.

Asimismo, la sociedad podrá dedicarse a la inversión en sociedades y/o empresas,

sea como accionistas o de cualquier otra manera que participe en sociedad y/o empresas. Se entienden incluidos en las actividades a desarrollar todos aquellos actos relacionados con el mismo que coadyuven a la realización de las actividades mencionadas precedentemente.

En el ámbito de consultoría en gestión de negocios podrá comprar, vender, exportar e importar toda clase de bienes y prestar toda clase de servicios, tales como impresiones, empastes y encuadernación. En tal sentido la empresa podrá realizar su objeto social a nivel nacional o en el extranjero, suscribiendo todo tipo de contratos y actos que sean lícitos y de acuerdo a ley para cumplir sus fines desarrollando tales actividades conexas sin restricción alguna, dentro del territorio nacional o en el extranjero.

1.3. Misión

“Somos un equipo comprometido y confiable para comercializar vehículos nuevos, seminuevos, repuestos, accesorios y servicio posventa a través de innovación tecnológica y pasión de nuestra gente por crear experiencias que generen felicidad a nuestros clientes”.

1.4. Visión

“Para el año 2030 seremos el concesionario líder en el sector automotriz, creando el mejor ambiente de trabajo, con gente inspirada y apasionada que gane clientes felices para toda la vida”.

1.5. Valores corporativos

Jugamos limpio: Contamos con fuertes principios éticos y morales; nos desenvolvemos bajo estas premisas siempre dentro del marco normativo.

Tocar el balón: Trabajamos en equipo para facilitar la carga y asegurar el objetivo.

Meter el gol: Cumplimos con los objetivos propuestos.

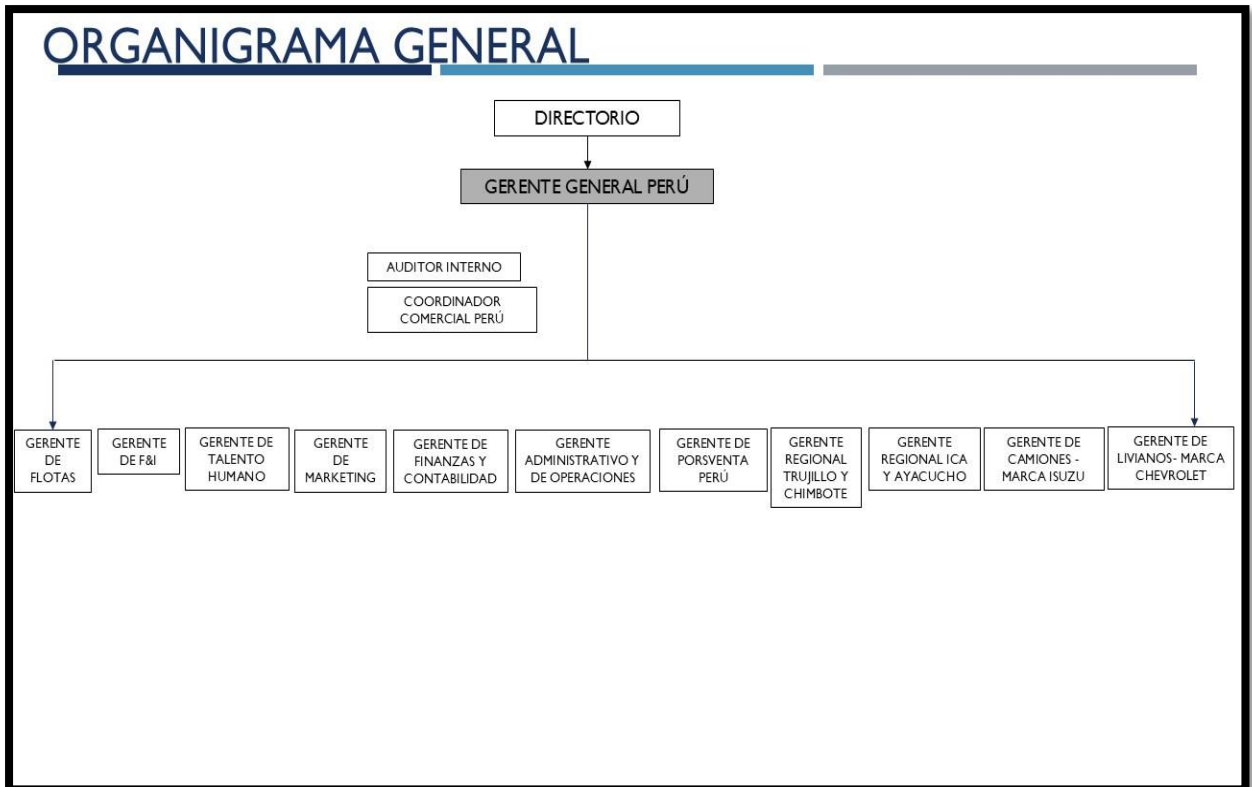
Ganar-ganar: Hacemos negocios en la que las dos partes ganan, tal como profesa nuestro lema comercial *juntos crecemos más*.

Ponerse la camiseta: Nos comprometemos con nuestros clientes y hacemos todo lo posible por superar sus expectativas.

1.6. Estructura organizacional

Figura 1

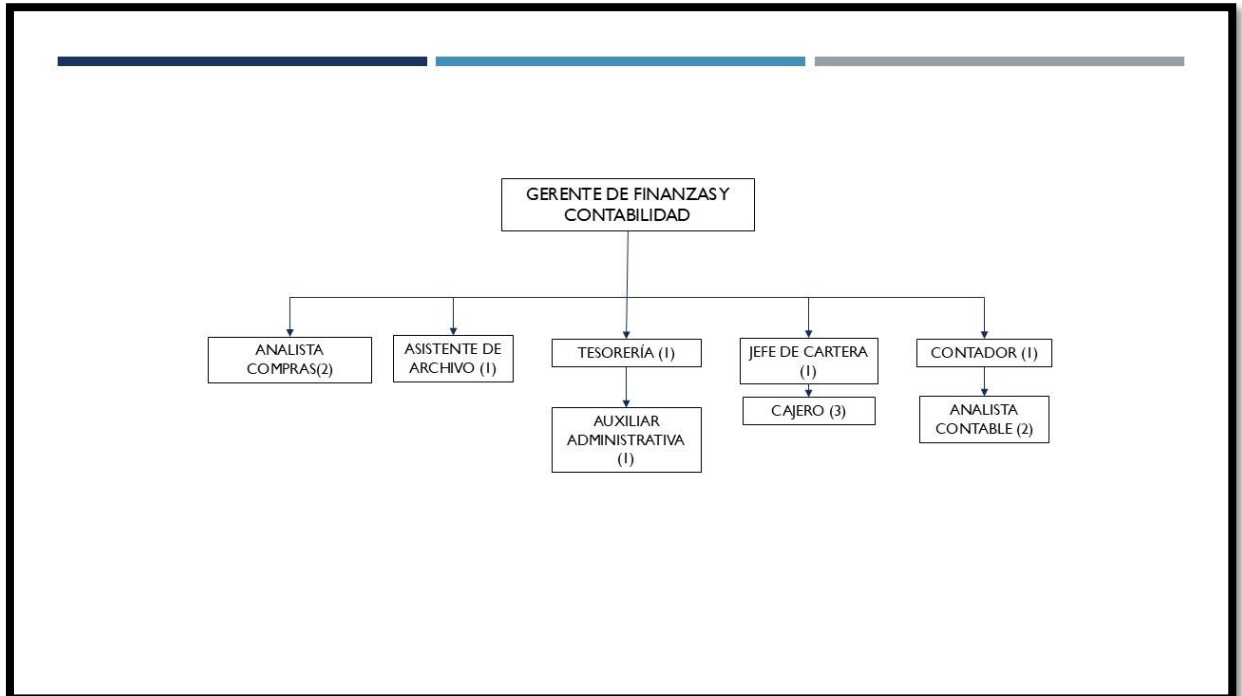
Organigrama general de la empresa Autoniza S.A.C



Nota. Organigrama General de la empresa Autoniza S.A.C., 2024.

Figura 2

Organigrama de Contabilidad y Finanzas

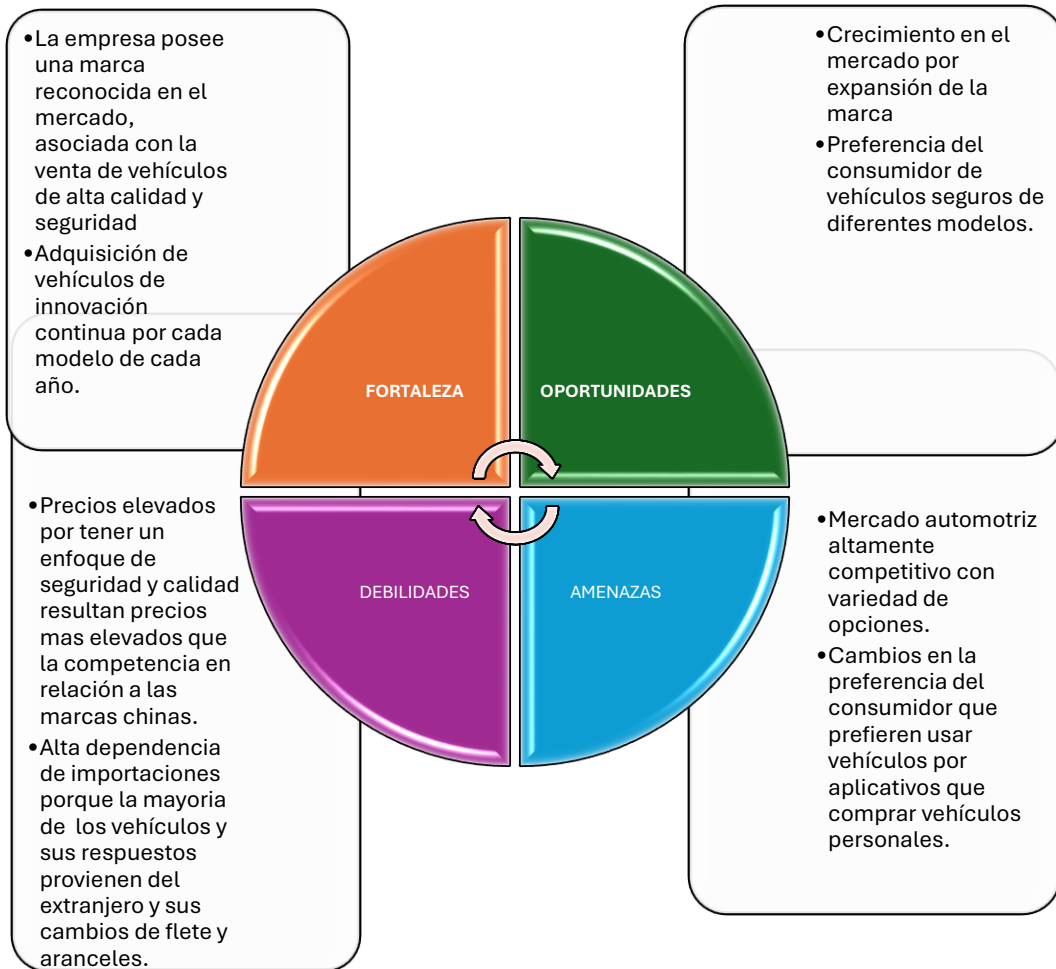


1.7. Matriz FODA

El análisis de la matriz FODA de la empresa Autoniza S.A.C., organiza e identifica cuales son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que relacionan con el objetivo de la empresa.

Figura 3

Matriz FODA de la empresa Autoniza S.A.C.



Nota. Especificaciones de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa Autoniza S.A.C., 2025.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1. Bases teóricas

2.1.1. Proceso contable

El proceso contable en una organización es fundamental para la recopilación, clasificación y presentación de la información financiera. Según Nieto Dorado et al. (2022) afirman que el proceso contable consiste en una serie de métodos lógicos y ordenados que el responsable contable debe seguir desde el inicio de las actividades de la organización y a lo largo de toda su trayectoria, ya que durante este tiempo se registrarán múltiples transacciones que, en mayor o menor grado, afectarán su situación económica y financiera. Para Horngren et al. (2013) los procesos contables facilitan a las empresas el control efectivo de sus transacciones y garantizan la claridad en la presentación de sus estados financieros.

Control de los inventarios

Este control es importante en la determinación del Costo de Ventas en cualquier tipo de empresas. Así se tiene, que para Yugcha et al. (2012) el control de inventarios es de importancia para la organización, es esencial a la hora de aportar más valor a sus clientes, reducir sus costos y los procedimientos aprueban la sistematización de las actividades de control para la administración de los inventarios, los mismos que son de fácil afectación y generación de riesgos económicos para la empresa. Por otro lado, Pavón et al. (2019) manifiestan que para que una PyME sea competitiva en el mercado nacional debe tomar medidas o sistemas de control interno que deben ir de la mano con la planificación estratégica y la cultura organizacional si se pretende competir en un mercado globalizado, tecnológico y en ambiente de incertidumbre. Así mismo, según

Trujillo (2020), indica que es necesario estandarizar los procesos y procedimientos para la adecuada ejecución de estos controles, específicamente en el manejo y control de los inventarios, teniendo en cuenta que, las personas que participan activamente de este proceso, si bien tienen la experiencia, carecen del conocimiento básico para realizar mejor su trabajo. El instrumento que permite el eficiente manejo de los inventarios es el Kardex, para optimizar el costo de los artículos vendidos. Aquima y Pari (2022) consideran que la inspección de los inventarios es de suma relevancia para mantener el correcto balance de existencias en los almacenes de toda organización empresarial. Aplicando un debido control de inventarios se logrará fijar un control eficaz con los correctos registros contables, proporcionando una solución a la gerencia de la empresa, para el adecuado manejo de sus inventarios y la correspondiente toma de decisiones empresariales,

El Proceso Contable y su relación con los Costos en el sector automotriz

En el sector automotriz, el proceso contable juega un papel esencial en la determinación y control de los costos si se tiene en cuenta que este sector se caracteriza por una alta complejidad en sus cadenas de producción, suministro y distribución. Según García y Pérez (2019) indican que los procesos contables enfocados en costos permiten identificar y analizar las variaciones en los costos de producción, distribución y operación, contribuyendo a una mejor toma de decisiones estratégicas.

2.1.2. Norma Internacional de Contabilidad (NIC2): Inventarios

El propósito de esta norma es prescribir el tratamiento contable de los inventarios, estableciendo los principios y procedimientos para la contabilización y valoración de los inventarios, indicando que los inventarios deben valorarse al costo o al valor neto realizable, el que sea menor, en este caso, se debe reconocer una pérdida por deterioro. Permite utilizar varios métodos de valoración, como el método FIFO (primero en entrar,

primero en salir), el método LIFO (último en entrar, primero en salir) o el método del precio promedio ponderado. Requiere que las empresas revelen información sobre los inventarios, como el método de valoración utilizado, el costo de los inventarios vendidos y cualquier pérdida por deterioro reconocida u otra información relevante. El costo incluye todos los costos directos e indirectos necesarios para preparar los inventarios para la venta, *los costos directos* a considerar son:

- ***Precio de compra:*** El precio que se paga por la materia prima, los componentes o los bienes terminados.
- ***Costos de transporte:*** Los costos de transporte de la materia prima, los componentes o los bienes terminados.
- ***Costos de manipulación:*** Los costos de manipulación y almacenamiento de la materia prima, los componentes o los bienes terminados.

Así mismo se deben considerar los siguientes *costos indirectos*:

- ***Costos de fabricación:*** Los costos de fabricación, como la mano de obra directa, los costos de energía y los costos de mantenimiento.
- ***Costos de supervisión:*** Los costos de supervisión y administración de la producción.
- ***Costos de depreciación:*** Los costos de depreciación de los activos utilizados en la producción.
- ***Costos de seguros:*** Los costos de seguros y otros costos relacionados con la producción.

Además, se consideran otros *costos vinculados*:

- ***Costos de diseño y desarrollo:*** Los costos de diseño y desarrollo de nuevos productos.

- **Costos de marketing y publicidad:** Los costos de marketing y publicidad para promocionar los productos.
- **Costos de investigación y desarrollo:** Los costos de investigación y desarrollo para mejorar los productos existentes o desarrollar nuevos productos.

Es importante tener en cuenta que la NIC 2 establece que los costos que no están directamente relacionados con la producción de los inventarios no deben incluirse en el costo de los inventarios (Ministerio de Economía y Finanzas, 2020).

2.1.3. Conceptos básicos de Costos

Polimeni et al. (1997), explican que la contabilidad de costos o gerencial se dedica primordialmente a la acumulación y análisis de la información relevante para el uso interno de los gerentes en la planificación, el control y la toma de decisiones. Además, indican que la contabilidad de costos está vinculada con la información de costos para uso interno de la gerencia, y contribuye de manera significativa a la gerencia en la formulación de objetivos y programas de operación (planeación), en la comparación del rendimiento real con el esperado (control) y en la presentación de informes financieros. Igualmente, señalan que las políticas de establecimiento de precios están sujetas a la información proporcionada por los datos de costos, así como a diversos factores externos. Para Hernández y Lopez (2021) destacan que, en la industria automotriz mexicana, la integración de los sistemas contables con los sistemas de gestión de costos, como los basados en actividades (ABC por sus siglas en inglés), ha permitido a las empresas reducir desperdicios y mejorar la eficiencia operativa. Este enfoque resulta particularmente relevante en un contexto donde los márgenes de ganancia son estrechos y la competencia global es intensa. Por otro lado, según Kaplan y Cooper (1998) mencionan que han establecido las bases teóricas del costeo basado en actividades, una metodología que ha sido ampliamente adoptada en la industria

automotriz para asignar de manera más precisa los costos indirectos de producción. Su aplicación ha demostrado ser efectiva en empresas de países como Japón y Alemania, donde se implementan sistemas de manufactura ajustada (lean manufacturing) que requieren un control riguroso de los costos en todas las etapas del proceso productivo. Martínez y Rodríguez (2021) señalan que la digitalización de los procesos contables en el sector automotriz ha transformado la gestión de costos, permitiendo la integración de datos en tiempo real y facilitando el análisis predictivo. Este avance es especialmente relevante en un entorno caracterizado por fluctuaciones en los precios de las materias primas y las exigencias de sostenibilidad, que requieren de un enfoque contable adaptable y proactivo. Además, investigaciones realizadas por la Asociación Internacional de Contabilidad según Pérez y Lopez (2021) indican que la adopción de Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) en la industria automotriz ha mejorado la transparencia en la presentación de costos, especialmente en lo que respecta a la valorización de inventarios y el control de activos a largo plazo. Estas prácticas permiten a las empresas ser más competitivas en mercados internacionales al proporcionar información clara y comparable.

Contabilidad de Costos

Hoyos (2017) describe a la contabilidad de costos como un sistema de información, con el cual se determina el costo incurrido al realizar un proceso productivo y la forma como se genera este en cada una de las actividades en las que se desarrolla la producción. Para Ramírez (2018) la contabilidad de costos es un sistema de información que clasifica, acumula, controla y asigna los costos para determinar los costos de actividades, procesos y producción y con ello facilitar la toma de decisiones, la planeación y el control administrativo. Según Cadavid (2008) menciona que, la contabilidad general se encarga de todas las transacciones financieras de la empresa con el fin de elaborar los

estados financieros, los cuales son, en su mayoría, el balance general y el estado de resultados. Los datos relativos al costo de los inventarios en el balance general, el costo de los productos vendidos en el estado de resultados y otros informes destinados al control de costos y la toma de decisiones, se obtienen a través de la contabilidad de costos. Laporta (2018) define la palabra costo como el valor monetario sacrificado o equivalente, por productos y servicios, que se espera que brinden corriente o futuro a la organización. Asimismo, señala que, en el sentido escrito, los términos de la palabra costo es el proceso productivo o del servicio (output: productos o semielaborados), mientras la palabra gasto, hace referencia al consumo de los diferentes recursos (input), en la práctica se debe establecer la debida discriminación. Según Toro (2010) menciona que el costo se define como un recurso que se pierde o se usa para lograr un objetivo específico. Sin embargo, la mayoría de las personas piensa que un costo es solo el dinero que hay que pagar para comprar un producto o servicio.

Finalmente, Hoyos (2007) define el costo como la suma de las erogaciones en que incurre una persona para la adquisición de un bien o servicio, con la intención de que genere un ingreso en el futuro. Asimismo, establece la clasificación de los costos de la siguiente manera:

Según su función:

- **Costo de producción:** son los que generan durante el proceso de transformar la materia prima en un producto final, cuyos elementos son: la materia prima directa, mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación.
- **Costos de administración:** se originan del área administrativa
- **Costos de distribución o ventas:** son el área encargada de llevar el producto desde la empresa hasta el consumidor final.

De la identificación con una actividad, departamento o producto:

- **Costos directos:** se identifica plenamente con una actividad, departamento o producto.
- **Costos indirectos:** Es aquel que no se puede asociar con una actividad específica.

De acuerdo con el tiempo en que fueron calculados:

- **Costos históricos:** son los que se incurren en un determinado período, por ejemplo: los costos de productos vendidos, costo de la producción en proceso.
- **Costos predeterminados:** son los que se establecen antes del hecho físico de la producción y pueden ser: estimados o estándar.

De acuerdo con el comportamiento:

- **Costos variables:** son aquellos que cambian o fluctúan en relación directa a una actividad o volumen dado.
- **Costos fijos:** son aquellos que permanecen constantes dentro de un período determinado, sin importar si cambia el volumen de producción.

De acuerdo con el tiempo en que enfrenta a los ingresos:

- **Costos del producto:** son aquellos que se identifican de manera directa o indirecta con el producto. Incluyen material directo, mano de obra y gastos de producción. Estos se mantienen en inventarios hasta que se venden, momento en el que se comparan con los ingresos para generar beneficios.
- **Costos del periodo:** Son aquellos que no tienen relación directa o indirecta con el producto y no se cuentan en el inventario. Se cancela de inmediato porque no se puede establecer ninguna relación con el costo de producción.

2.1.4. Costo de Venta Comercial

Según Hilario et al. (2020) señalan que, el costo de venta refleja el costo de compra de los productos vendidos durante un período específico. Este sector es característico de las empresas de comercio, o sea, de las empresas que adquieren y luego comercializan los productos obtenidos. Para las empresas de fabricación, el costo de ventas toma en cuenta el costo de producción asociado a los productos comercializados. Torres (2020) indica que la optimización del costo de ventas puede mejorar la competitividad de las empresas del sector comercial en Perú, una empresa que lleva un buen control de sus costos se expande. Según López (2019) menciona que el enfoque práctico para vincular el costo de ventas con los procesos contables en empresas de manufactura, considerando el contexto local y las limitaciones tecnológicas. Asimismo, Smith (2019) detalla que la tecnología y los sistemas de Planificación de Recursos Empresariales (ERP) han transformado el cálculo del costo de ventas, mejorando la precisión y reduciendo la carga operativa.

2.1.5. Contexto del sector automotriz o área de estudio

Jiménez (2006) en su análisis del sector automotriz y su modelo de gestión en el suministro de las autopartes del país México, menciona que la industria automotriz se ha transformado en una de las más activas de la época moderna, y su relevancia esencial reside en el impacto social y económico que genera; por lo tanto, es de particular interés entender el estado actual y las tendencias más recientes de este sector, además, especifica el sector automotriz los nuevos sistemas de articulación logística exigen que todos los componentes de la cadena funcionen bajo un sistema de producción uniforme, siguiendo especificaciones homogéneas y empleando componentes, piezas e insumos intermedios comprados en cualquier parte del mundo. En este contexto, la presencia de los componentes de automoción en el lugar de montaje, la administración del abastecimiento y la gestión de los

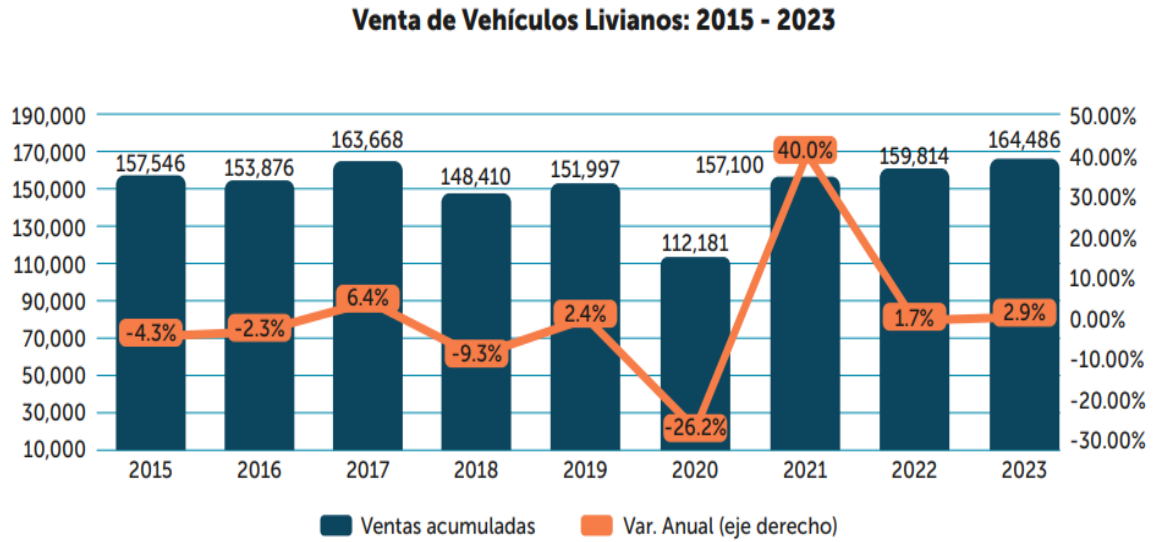
inventarios cobran relevancia crucial.

Evolución de la industria automotriz en Perú

Según Farfán y Gutiérrez (2023) indican que el comercio de automóviles en Perú ha experimentado un crecimiento significativo, o sea, la venta de vehículos nuevos registró resultados variados en el año 2023, para los vehículos livianos, en el año 2023 se registraron 164,485 ventas de estas unidades, un incremento del 2.9% respecto al mismo periodo del año 2022, de forma idéntica, se registró que se comercializaron un total de 74.943 SUV, lo que representó un aumento del 5,5%. Por otro lado, la venta de pick up y furgonetas se incrementó a 32.401 unidades (+1,2%), mientras que la de camionetas se elevó a 23.028 (+18,7%). En cambio, se contabilizaron 34.113 coches vendidos, una reducción del -8,7% si se compara con el año 2022. Es crucial destacar que la dinámica de las ventas se vio afectada por dos elementos: en la primera mitad del año 2023, se experimentó un incremento en las ventas debido al embalse de disponibilidad de unidades nuevas, una vez solucionados en gran medida los problemas en la cadena mundial de suministros, entendemos que para el año 2022 no existía stock de vehículos nuevos de diversas marcas y modelos, lo que provocó que los periodos de espera para la entrega de estos vehículos alcanzaran incluso los seis meses; no obstante, en el segundo semestre, mitigando el impacto anterior, se registró una ralentización en la venta de los vehículos mencionados, impactada por el período de recesión en la economía de Perú, que se evidencia a través de la reducción del consumo privado y la disminución del mercado de trabajo.

Figura 4

Ventas de los vehículos livianos de los años 2015-2023



Nota. Ventas de los vehículos livianos 2015-2023, Asociación Automotriz del Perú, 2023.

2.2. Limitaciones presentadas

En cualquier investigación, es común encontrar limitaciones a lo largo del proceso. Durante la realización de este trabajo de suficiencia, nos enfrentamos a varias restricciones. Por ejemplo, tuvimos que gestionar nuestro tiempo de manera eficiente para equilibrar el trabajo, la familia y el desarrollo del proyecto. Además, experimentamos retrasos en la entrega de algunos documentos solicitados a la empresa debido a sus políticas de privacidad. A pesar de estos desafíos, logramos superar los obstáculos y finalmente obtuvimos la información necesaria para completar el trabajo de suficiencia.

CAPÍTULO III. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA

3.1. Detalle de la experiencia profesional

Ingresé a la empresa en octubre del año 2017, pasando con éxito las diferentes pruebas psicológicas, de conocimiento, y entrevista personal con la Gerente General y la Gerente Administrativa. Inicie mi carrera laboral en el cargo de Tesorera, en el cual realice funciones tales como: programación de pagos, registro de compras, análisis de las cuentas de proveedores, pago de detracciones, proveedores, pago de planillas, pago de AFPs, préstamos, elaboración de flujo mensual, conciliación de bancos, entre otras, de acuerdo con la solicitud de mi jefe directo. En el año 2018, mis superiores me propusieron asumir el cargo de Jefa de Cartera, el cual significó una gran oportunidad, mis principales funciones fueron las cobranzas de las facturas a crédito, letras, validación de depósitos, aplicación de los anticipos con las facturas, análisis de las cuentas de clientes, conciliación de ingresos, emisión de notas de crédito, aprobación de la línea de crédito a los clientes. Posteriormente en el año 2019, por la creación de un nuevo cargo en la empresa, la Gerencia General me nombró como Auditora Interna, con ello inicié un plan de trabajo con las principales funciones que me designó la Gerencia General, mis funciones fueron las siguientes: realizar arqueos de caja, inventarios generales de repuestos, accesorios y vehículos, liquidación de las comisiones del personal de la venta, revisión de planilla de sueldos, auditorias de expedientes de clientes, auditoria de ordenes de trabajo, revisión de los gastos e ingresos, auditoria a los estados financieros, liquidación de bonos de la marca, auditoria de los márgenes de la facturación, entre otras funciones relacionadas con el control interno.

Finalmente, en abril del 2024, por mi excelente labor en los cargos mencionados, la Gerencia General me propuso ocupar el cargo de Contadora, fue una gran oportunidad

para mi crecimiento personal, las principales funciones que desempeño son:

- Presentación y pago de los impuestos mensuales (IGV, Renta, No Domiciliados, planillas).
- Elaboración y presentación de la Declaración Jurada anual.
- Presentación de los Libros Electrónicos según cronograma de vencimiento (ventas, compras, diario y mayor).
- Revisión y análisis de los registros contables mensuales.
- Elaboración de los Estados Financieros consolidado de la empresa.
- Elaboración del informe detallado del Estado de Resultados por marcas, sedes y líneas de negocios,
- Elaboración del reporte financiero para los organismos supervisores de la empresa,
- Atención a requerimientos de la SUNAT.
- Auditorías externas e internas, elaboración de información requerida por las entidades financieras, General Motors y General Motors Financiera.
- Elaboración de la encuesta económica anual y mensual INEI.
- Registro y control de provisiones, diferidos, depreciación y amortización, revisión de costos mensuales.
- Costeo de las ventas al estado (licitaciones).
- Revisión y validación de los costos de las diferentes líneas de negocios,
- Otras funciones inherentes al cargo.

3.2. Personal involucrado

Mi actividad diaria, está relacionada con las siguientes personas:

Analistas contables: Coordino directamente con ellos, quienes están a mi cargo,

son de mi confianza, ellas revisan y validan los registros contables, centros de costos, validación de los comprobantes de ventas, elaboración de las notas de los Estados Financieros.

Analista de compras: Conformado por dos personas, ellas registran todas las compras de mercaderías, gastos fijos, gastos variables, además de realizar las cotizaciones de los costos de mercaderías con diferentes proveedores.

Almaceneros: Con ellos conciliamos los costos de los repuestos y accesorios con los registros contables, además, ellos son los que cargan las facturas en las órdenes de compra, para que las analistas de compras registren.

Gerente de Contabilidad y Finanzas: A quien reporto en forma directa para la entrega de los estados financieros consolidados, presentación de la liquidación de impuestos. entre otros informes y reportes.

Gerentes de Marcas: Para la entrega de los estados financieros de su línea de negocio.

3.3. Diagnóstico del proyecto

Situación actual de la empresa

En la actualidad la empresa Autoniza S.A.C., en el mercado competitivo peruano tiene una gran demanda en la venta de vehículos marca “Chevrolet”, confiando la gestión organizacional en su personal operativo y administrativo; sin embargo, la Administración detectó en los estados financieros contables del mes de abril 2024, ciertas incongruencias en el costo de venta operativo, específicamente en el costo de venta de repuestos en el área de mantenimiento de la empresa, por lo que, se realizó un análisis de los motivos que provocaron estas incongruencias.

Identificación del problema

Después de la verificación de los estados financieros del mes de abril del 2024, se

procedió con la supervisión contable de los otros meses, identificando cifras erradas en los costos de ventas, por haber presentado márgenes elevados continuos, por este motivo, se realizaron las indagaciones correspondiente en el área de los operarios y se identificó que los costos de venta eran por repuestos de vehículos, procediendo a preguntar a los encargados del área de ventas, ellos nos explicaron que las ventas realizadas por repuestos se realizaba en dos formas, la primera era la venta directa y la segunda era la venta de repuestos por uso de mantenimiento, esta última, detallaron que el personal administrativo dejaba que el personal técnico operario realizara el informe respectivo y la orden de venta del repuesto, no siendo supervisada adecuadamente por el personal administrativo, registrando montos distorsionados a lo real en los estados financiero de los años 2023 y 2024. Este problema ha traído consigo una serie de consecuencias como:

- Problemas con la información financiera, al no generar los registros de costos por las ventas de repuestos por taller, el margen no es real.
- Problemas con el precio de ventas, al obtener un margen alto, se ofrecieron descuentos altos a los clientes, con ello afectando la liquidez de la empresa.
- Problemas con la reposición de stock, al bajar los precios de ventas estas no cubren, para reponer el stock.

Las causas detectadas

Luego de la verificación realizada al área de venta de repuestos, se identificaron las siguientes causas:

- La inexistencia de procedimiento internos en el control de ventas, que pueden generar omisiones involuntarias o intencionadas.
- Sistemas contables ineficientes, se identificó la falta de integración entre el área de venta y el área de contabilidad, lo que provocó una descoordinación en los registros

contables.

- Deficiencia en la capacitación del personal, se identificó que el personal técnico en el área operativa no tenía conocimiento adecuado de los procedimientos de registros de venta.

Impacto en la empresa

Los problemas que se generó por no registrar las ventas de los repuestos en el área de mantenimiento, ocasionaron varios efectos negativos en la empresa, como se detalla a continuación:

- Impacto de la distorsión de los estados financieros, la falta de registros de estas ventas ha provocado una subestimación de los ingresos y una sobrevaloración de los costos de venta.
- Impacto de la rentabilidad, la omisión de estos ingresos ha generado una percepción errónea de los márgenes de ganancias.
- Impacto de errores contables, que afecta las políticas de precios y provocada pérdida de oportunidades de ventas.
- Impacto de afectación de inventario por la inexistencia de un control preciso sobre la venta de repuestos ha provocado inconsistencia en los niveles de stock.

Necesidad de soluciones

Se realizó el registro correspondiente en el área ventas de los repuestos faltantes, porque se profundizó las circunstancias que llevaron al personal técnico de no registrar correctamente la orden de venta, y solo se limitó a efectuar el informe del mantenimiento respectivo del vehículo, de este análisis se deberá entregar estrategias efectivas de solución, así como, para mejorar los procedimientos de registro en la empresa.

3.4. Objetivos del proyecto

Objetivo principal

Describir el proceso de determinación del costo de venta en la empresa Autoniza S.A.C. con la finalidad de implementar mejoras en su operatividad.

Objetivos específicos

- Verificar los Costos de Adquisición de las Mercancías, que incluyan todos los conceptos relacionados a la adquisición del producto.
- Verificar el Control de los Inventarios, identificando el método de costeo y los ingresos y salidas de las mercaderías.
- Verificar los Costos Vinculados, adicionales al producto
- Verificar los Costos Indirectos que se generan en las operaciones comerciales de la empresa.
- Verificar el Cálculo Correcto del Costo de las Mercancías Vendidas (Inventario inicial + Compras - Inventario final)
- Verificar las actividades de Auditoría y respaldo de documentación que sustenten las operaciones de compras y ventas.

3.5. Planificación del proyecto

El proceso de planificación de este proyecto se inicia con una evaluación de los procedimientos que se efectúan en la empresa para determinar el costo de venta de sus mercancías, tales como la revisión de la documentación que sustentan las ventas por repuestos y contrastarlo con los estados financieros mensuales de la empresa. En segundo paso, se recopila información teórica, conceptual y normativa adecuada para estructurar la estrategia que guiará la investigación. El tercer paso, se realizará la determinación del

cumplimiento de los objetivos generales y específicos. El cuarto paso, se elaborará una Lista de Cotejo, instrumento de investigación que servirá para la recopilación de información. El quinto paso, la aplicación de dicho instrumento para determinar los resultados, conclusiones y recomendaciones de implementación o de mejora pertinentes.

3.6. Instrumento/o herramientas

Para cumplir con los objetivos del proyecto, se tuvo que diseñar la herramienta metodológica conocida como “Lista de Cotejo”, instrumento que nos facilitó realizar la evaluación del procedimiento del costo de venta, analizando las actividades del personal. Para su elaboración, se consideró lo abordado en el marco teórico, las fuentes de información y la experiencia en las funciones propias del cargo de Contadora. Según Gonzales et al. (2020) menciona que la Lista de Cotejo es un instrumento que relaciona acciones sobre tareas específicas, organizadas de manera sistemática para valorar la presencia o ausencia de estas y asegurar su cumplimiento. Para su elaboración, se consideraron el marco teórico, las fuentes de información, los procedimientos para la determinación del costo de venta y en la experiencia del investigador en la gestión de costos comerciales. La Lista de Cotejo para este proyecto incluirá criterios relacionados con: Costos de Adquisición de las Mercancías, Control de los Inventarios, Costos Vinculados, Costos Indirectos, Cálculo del Costo de las Mercancías Vendidas, actividades de Auditoría y respaldo de documentación.

Tabla 1
Lista de Cotejo

DIMENSIÓN	Nº	LISTA DE COTEJO	SI	NO
COSTOS DE ADQUISICIÓN DE MERCANCÍAS	1	Se han registrado los costos de los productos comprados de acuerdo con las facturas o contratos con proveedores		
	2	Se han considerado todos los costos de compra de mercancías (precio de compra, impuestos, transporte)		
	3	Están correctamente aplicados los descuentos, rebajas o bonificaciones obtenidos en las compras		
CONTROL DE LOS INVENTARIOS	4	Está el inventario registrado en el Kardex de manera precisa y actualizada (entradas, salidas)		
	5	Se ha determinado correctamente el método de valuación de inventarios (FIFO, LIFO, Promedio ponderado)		
	6	Se han realizado inventarios periódicos o continuos y se han comparado con el Kardex respectivo		
COSTOS VINCULADOS	7	Se han contabilizado correctamente los costos de transporte (flete, seguros de mercancías)		
	8	Se están contabilizando adecuadamente los costos de almacenamiento (alquiler de bodega, costos de manejo, seguros)		
COSTOS INDIRECTOS	9	Se han incluido los costos indirectos relacionados con la venta de productos, como comisiones de ventas, embalaje, etiquetado, etc.		
	10	Están correctamente distribuidos los costos generales de la empresa (si aplican, por ejemplo, parte de gastos administrativos que apoyan la venta)		
CÁLCULO DEL COSTO DE LAS MERCANCÍAS VENDIDAS	11	El costo de las mercancías vendidas (CMV) se ha calculado correctamente (Inventario inicial + Compras - Inventario final)		
	12	Se han ajustado los inventarios por posibles pérdidas, mermas o deterioro de productos		
	13	El método de cálculo del CMV es consistente con el utilizado en ejercicios anteriores		
AUDITORÍA Y RESPALDO DE DOCUMENTACIÓN	14	Cada operación de compra venta tienen su documentación de respaldo (facturas, guías de remisión, recibos de transporte)		
	15	La documentación está organizada y accesible para auditorías internas o externas		
	16	Se realizan auditorías periódicas para asegurar la correcta imputación de los costos		

3.7. Instrumento/o herramientas

La metodología utilizada en este estudio es de carácter descriptivo, enfocándose en la observación directa de los hechos relevantes relacionados con el cumplimiento de los procedimientos para determinar el costo de ventas de la organización. Además, la estrategia se basa en la experiencia del investigador, quien considera necesario profundizar la observación mediante una Lista de Cotejo. Los resultados obtenidos serán analizados para alcanzar los objetivos de la investigación y proporcionar recomendaciones para mejorar los procedimientos en la determinación del costo de ventas, lo cual tiene una incidencia significativa en los resultados operacionales de la empresa.

3.8. Aspectos éticos

El trabajo de suficiencia se llevó a cabo siguiendo los lineamientos establecidos por la Universidad Privada del Norte para la elaboración de trabajos académicos de este tipo. Asimismo, se garantizó la confiabilidad de los datos, sin manipularlos ni alterarlos. La elaboración del trabajo tuvo fines exclusivamente académicos y se utilizaron las normas APA (American Psychological Association) 7ma. edición para las citas y referencias bibliográficas. Además, se solicitó la autorización de la gerencia y de los representantes legales de la empresa para poder llevar a cabo la investigación y ofrecerles propuestas de mejora que les permitan optimizar sus procedimientos en el cálculo del costo de ventas.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS

En este capítulo se indican los resultados obtenidos mediante la aplicación del instrumento de investigación, con la finalidad de lograr los objetivos establecidos, así como, para formular recomendaciones y sugerencias que contribuyan a la mejora en los procedimientos para determinar del costo de ventas en la empresa.

Resultados obtenidos

Dimensión Costos de adquisición de mercancías

Tabla 2

Resultados obtenidos de la dimensión Costos de adquisición de mercancías

DIMENSIÓN	Nº	LISTA DE COTEJO	SI	NO
COSTOS DE ADQUISICIÓN DE MERCANCÍAS	1	Se han registrado los costos de los productos comprados de acuerdo con las facturas o contratos con proveedores	X	
	2	Se han considerado todos los costos de compra de mercancías (precio de compra, impuestos, transporte)	X	
	3	Están correctamente aplicados los descuentos, rebajas o bonificaciones obtenidos en las compras	X	

Los resultados de esta dimensión demuestran que la empresa está cumpliendo con los procedimientos referidos al costo de adquisición de los inventarios, cuyo incumplimiento afecta el cálculo del costo de ventas, estos resultados son los siguientes:

- La empresa está registrando sus adquisiciones de bienes y servicios teniendo en cuenta los documentos que sustentan dicha operación, con la finalidad de procesar informes financieros confiables.
- Están teniendo en cuenta lo normado en la NIC 2, que prescribe el tratamiento contable de los inventarios. El costo de los inventarios comprenderá todos los costos derivados de su adquisición y transformación.
- Los descuentos, rebajas o bonificaciones obtenidos en las adquisiciones están

siendo tratadas de acuerdo a normas contables. En el reconocimiento inicial se requiere que estos descuentos o rebajas sea deducido de dicho costo, contabilizando el neto del valor de adquisición.

Dimensión Control de los Inventarios

Tabla 3

Resultados obtenidos de la dimensión Control de los Inventarios

DIMENSIÓN	Nº	LISTA DE COTEJO	SI	NO
CONTROL DE LOS INVENTARIOS	4	Está el inventario registrado en el Kardex de manera precisa y actualizada (entradas, salidas)	X	
	5	Se ha determinado correctamente el método de valuación de inventarios (FIFO, LIFO, Promedio ponderado)	X	
	6	Se han realizado inventarios periódicos o continuos y se han comparado con el Kardex respectivo		X

Los resultados de esta dimensión demuestran lo siguiente:

- La empresa esta registrando en los Kardex correspondientes cada producto que mantiene en existencias hasta su consumo o venta posterior, esto le permite llevar, de una manera organizada y práctica, cada uno de los movimientos de las mercancías, conocer su costo y tomar decisiones más rápidas y seguras.
- La empresa utiliza el método FIFO en la comercialización de vehículos y el método Promedio Ponderado en sus otras operaciones de su objeto social. Estos métodos de valoración de inventarios sirven para valorar con exactitud los inventarios en sus correspondientes términos monetarios.
- No están efectuando toma de inventarios en forma periódica, el mismo que se debe de comparar con los saldos reflejados en los Kardex de cada producto, situación que podrá dar lugar al cálculo erróneo del Costo de Venta con sus implicancias en los estados financieros de la empresa. Es fundamental que tengan

su inventario bien controlado y ordenado para poder evaluar periódicamente la situación económica financiera del negocio.

Dimensión Costos Vinculados

Tabla 4

Resultados obtenidos de la dimensión Costos Vinculados

DIMENSIÓN	Nº	LISTA DE COTEJO	SI	NO
COSTOS VINCULADOS	7	Se han contabilizado correctamente los costos de transporte (flete, seguros de mercancías)	X	
	8	Se están contabilizando adecuadamente los costos de almacenamiento (alquiler de bodega, costos de manejo, seguros)	X	

Los resultados de esta dimensión indican lo siguiente:

- La empresa está contabilizando en las cuentas respectivas los costos vinculados a las compras que sirven para construir el costo de las mercancías vendidas.
- Los costos de almacenamiento están siendo contabilizados teniendo en cuenta la normativa de la NIC 2. Estos costos de almacenamiento son imprescindibles para el correcto funcionamiento de un sistema de almacenaje, así como para la protección y la gestión del stock.

Dimensión Costos Indirectos

Tabla 5

Resultados obtenidos de la dimensión Costos Indirectos

DIMENSIÓN	Nº	LISTA DE COTEJO	SI	NO
COSTOS INDIRECTOS	9	Se han incluido los costos indirectos relacionados con la venta de productos, como comisiones de ventas, embalaje, etiquetado, etc.	X	
	10	Están correctamente distribuidos los costos generales de la empresa (si aplican, por ejemplo, parte de gastos administrativos que apoyan la venta)	X	

Con respecto a esta dimensión se destaca lo siguiente:

- La empresa está contabilizando las partidas de comisiones de ventas, embalaje, etiquetado, etc., siguiendo las políticas contables de la empresa que están en concordancia con las normativas internacionales de información financiera.
- Los costos o gastos generales de la empresa se distribuyen en los centros de costos que previamente se han determinado, a fin de tener información fiable para la toma de decisiones.

Dimensión Cálculo del Costo de las mercancías vendidas

Tabla 6

Resultados obtenidos de la dimensión Cálculo del Costo de las mercancías vendidas

DIMENSIÓN	Nº	LISTA DE COTEJO	SI	NO
CÁLCULO DEL COSTO DE LAS MERCANCÍAS VENDIDAS	11	El costo de las mercancías vendidas (CMV) se ha calculado correctamente (Inventario inicial + Compras - Inventario final)	X	
	12	Se han ajustado los inventarios por posibles pérdidas, mermas o deterioro de productos		X
	13	El método de cálculo del CMV es consistente con el utilizado en ejercicios anteriores	X	

Con respecto a esta dimensión se resalta lo siguiente:

- La empresa está determinando adecuadamente su costo de las mercaderías vendidas que esencial para la elaboración del Estado de Resultados de una organización. Este dato determina qué tan equilibradas se encuentran las ventas netas con respecto a sus costos de ventas.
- No están efectuando los ajustes correspondientes en la partida de inventarios ante posibles pérdidas, mermas y otros conceptos referidos al deterioro de los productos. Estos ajustes son importantes para la determinación del costo de venta. Realizar inventarios y comparar los resultados con sus registros de inventario es el método más confiable para descubrir pérdidas de inventario, ya que proporciona pruebas concretas para efectuar los ajustes respectivos.

- De acuerdo a las políticas contables, la metodología para determinar su costo de ventas es consistente un año a otro, la misma que es verificada por los funcionarios correspondientes. Si es inconsistente no se podría efectuar las respectivas comparaciones y análisis de los costos de ventas y por ende de los estados financieros.

Dimensión Auditoría y respaldo de documentación

Tabla 7

Resultados obtenidos de la dimensión Auditoría y respaldo de documentación

DIMENSIÓN	Nº	LISTA DE COTEJO	SI	NO
AUDITORÍA Y RESPALDO DE DOCUMENTACIÓN	14	Cada operación de compra venta tienen su documentación de respaldo (facturas, guías de remisión, recibos de transporte)	X	
	15	La documentación está organizada y accesible para auditorías internas o externas	X	
	16	Se realizan auditorías periódicas para asegurar la correcta imputación de los costos	X	

Sobre esta dimensión se indica lo siguiente:

- Las operaciones de compra y venta de bienes y servicios están debidamente sustentadas en documentos exigidos por los órganos fiscalizadores con la finalidad de evitar posibles contingencias tributarias, civiles y penales. Así como, para que los estados financieros estén debidamente presentados y fiables para la toma de decisiones empresariales.
- Su acervo documentario está debidamente organizado y accesible para cualquier supervisión o auditorías que se ejecuten.
- En concordancia con las políticas de la empresa, se ejecutan las auditorías financieras y operativas en forma permanente, con el objetivo de salvaguardar su patrimonio y verificar el cumplimiento de las normas emitidas, dando lugar a los correctivos o a la retroalimentación que el caso requiera.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

En relación a la dimensión *Costos de adquisición de mercancías*, se concluye que la empresa está cumpliendo con lo normado en la NIC 2 que indica como debe ser el tratamiento contable de los inventarios, además de registrar sus operaciones con el debido sustento y los descuentos y rebajas obtenidas se están tratando de acuerdo a lo exigido en normas contables.

Referente a la dimensión *Control de los Inventarios*, se concluye que tienen implementado un sistema de Kardex que les permite tener un control detallado de sus existencias, empleando el método FIFO y Promedio Ponderado en la valorización de sus artículos; de otro lado, no están realizando inventarios periódicos que les permita comparar con los saldos de sus Kardex para aplicar los ajustes correspondientes.

En cuanto a la dimensión *Costos Vinculados*, se concluye que estos costos están siendo registrados en sus cuentas respectivas; así como, los costos de almacenamiento. ambos conceptos se contabilizan teniendo en cuenta la normativa de la NIC 2.

Sobre la dimensión *Costos Indirectos*, se concluye que las partidas de comisiones de ventas, embalaje, etiquetado, etc. están siendo contabilizadas de acuerdo a las políticas contables de la empresa y que los costos o gastos generales de la empresa se distribuyen en los centros de costos que previamente se han determinado.

En lo concerniente a la dimensión *Cálculo del costo de las mercancías vendidas*, se concluye que la empresa está calculando adecuadamente su Costo de Ventas, esencial para la elaboración del Estado de Resultados, esta metodología es la misma que se utiliza

un año a otro, demostrando consistencia en sus políticas contables. De otra parte, no realizan los ajustes correspondientes cuando se detecte faltantes, mermas, entre otros conceptos.

A partir de los resultados obtenidos en la dimensión *Auditoría y respaldo de documentación*, se concluye que las operaciones de compra y venta de bienes y servicios están sustentadas con sus respectivos comprobantes de pago, los mismos que son archivados, resguardados y accesibles cuando se crea conveniente. Así también, en concordancia con las políticas de la empresa, se ejecutan las auditorías financieras y operativas cuando se estime conveniente.

Lecciones aprendidas

La determinación del costo de venta es de suma importancia al afectar los estados financieros de una organización, para su cálculo se requiere el cumplimiento de diversas normas contables y procedimientos que afectan su cálculo. En el desarrollo de este trabajo se ha aprendido y comprendido la relevancia de dominar los diferentes conceptos de costos que están contenidos en la NIC 2 que proporciona el marco teórico para una correcta determinación del costo de venta. Además, se aprendió a comprender la operatividad de las áreas de Contabilidad, Almacenes, Logística y los diversos documentos que sustentan sus operaciones, también se aprendió a tener un pensamiento estratégico y creativo para resolver problemas, entre otros aprendizajes.

Competencias profesionales aplicadas

En el presente trabajo de Suficiencia Profesional, que refleja nuestra experiencia laboral y los conocimientos adquiridos durante nuestra vida universitaria, se aplicaron diversas competencias, como se detalla a continuación: la competencia de **Registro y Análisis de la documentación contable** me permitió conocer y evaluar documentos

utilizados en la operatividad de las compras y ventas; la competencia de **Gestión de Procesos**, que fue fundamental para evaluar el proceso contable del Costo de Ventas; la competencia **Habilidades de organización y planificación** se aplicó para organizar y planificar las actividades y procedimientos para determinar adecuadamente el costo de venta; la competencia de **Resolución de Problemas** me ayudó a resolver controversias diarias en la empresa. Finalmente, la competencia de **Pensamiento crítico y creativo** me permitió desarrollar críticas constructivas y creativas para establecer procedimientos que aporten valor agregado a la empresa, ofreciendo ideas claras para su mejoramiento organizacional.

Recomendaciones

Con la finalidad de optimizar el proceso contable del Costo de Ventas en la empresa, se recomienda que la Alta Dirección de la organización tome en cuenta las siguientes medidas:

- Que se implemente, se difunda y que se entregue en forma personal a los que laboran en el área de Contabilidad, al Contador y gerencias vinculadas en la determinación del costo de ventas la normativa que sobre el Proceso de Costeo Mensual se ha elaborado, con la finalidad de asegurar el correcto calculo del Costo de Ventas en la organización.
- Se alcanza a la Alta Dirección de la empresa una propuesta de norma sobre el Proceso de Costeo Mensual, referido a fortalecer la gestión del costo de ventas. (ver Anexo No. 1).

REFERENCIAS

- Aquima, D. y Pari, I. (2022). *Propuesta de control de inventarios en una empresa comercial*. Universidad Peruana Unión
- Cadavid, M. (2008). *Contabilidad de Costos*. Fundación Universitaria Luis Amigó.
- Farfán, A. y Gutiérrez, G. (2023). *Costo de ventas y rentabilidad en la empresa Automotriz Central del Perú S.A.C.* Asociación Automotriz del Perú
- García, R. y Pérez, L. (2019). *Gestión de costos en la industria automotriz en México: Retos y oportunidades*. Revista Mexicana de Contabilidad.
- González, V., Gonzales, R. y Sosa, K. (2020). *Lista de Cotejo*. Sánchez, M. y Martínez, A. de (Eds.) Evaluación del y para el aprendizaje: instrumentos y estrategias. (271-334). Editorial de la Universidad Nacional Autónoma de México.
- Hernández, C. y López, A. (2021). *Optimización de costos en la industria automotriz mexicana mediante costeo basado en actividades*. Contaduría y Administración.
- Hilario, V., Castro, O., Mendoza, J. C., de León, I. I., Vélez, D., y Tapia, D. (2020). *El análisis financiero como herramienta para la toma de decisiones*. Xikua, VIII (15), 25-31. <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/xikua/article/download/5309/6860/>
- Hornigren, C., Sundem, G. y Elliott, J. (2013). *Introduction to Financial Accounting*. Pearson.
- Hoyos, A. (2017). *Contabilidad de costo I*. Universidad Continental. https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/4256/1/DO_FCE_319_MAI_UC0131_2018.pdf
- Jiménez, J. (2006). *Un análisis del sector automotriz y su modelo de gestión en el suministro de las autopartes*. Publicación Técnica No. 288. Instituto Mexicano del Transport
- Kaplan, R. y Cooper, R. (1998). *Cost & Effec: Using Integrated Cost Systems to Drive*

- Profitability and Performance*. Estados Unidos: Harvard Business School Press.
- López, R. (2019). *Propuesta de un sistema contable integrado para la gestión del costo de ventas en empresas manufactureras peruanas*.
- Laporta, R. (2018). *Costos y gestión empresarial: Incluye costos con ERP*. Ecoe Ediciones.
- Martínez, J. y Rodríguez, E. (2021). *La digitalización contable en el sector automotriz: Un enfoque hacia la sostenibilidad*. Investigación Contable y Financiera.
- Ministerio de Economía y Finanzas (2020). *Norma Internacional de Contabilidad 2: Inventarios*. <https://n9.cl/ak460>
- Nieto Dorado, W., Caminos, W. y Guevara V. (2022). *Importancia de la Implantación del Proceso Contable en una Microempresa Ferretera*. Polo del Conocimiento, 7(5), 632-647. <https://doi.org/10.23857/pc.v7i5.3985>
- Pavón, D., Villa, L., Rueda, M. y Lomas, E. (2019). *Control interno de inventario como recurso competitivo en un pyme de Guayaquil*. 860- 870 vol 24.
- Pérez, A. y López, M. (2021). *La implementación de las NIIF en la industria automotriz: Un análisis comparativo*. International Journal of Accounting.
- Polimeni, R., Fabozzi, F., Adelberg, A. y Kole, M. (1997). *Contabilidad de Costos*. (3ra. ed.). Colombia. McGraw-Hill Interamericana S. A.
- Ramírez, D. (2018). *Contabilidad Administrativa*. McGraw Hill.
- Smith, J. (2019). *Advances in Cost Accounting for the Automotive Industry*.
- Torres, P. (2020). *Análisis del costo de ventas en el sector comercial peruano: impacto en la rentabilidad empresarial*.
- Toro, F. (2010). *Costos ABC y Presupuestos. Herramientas para la productividad*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Trujillo, J. (2020). *Sistema para el control de inventarios en la empresa “Inversiones Novillo de Oro SAS*. Ingeniería, Matemáticas y Ciencias de la Información, 105-116 Vol 7.

Yugcha, J., Morales, A., Gamboa, J. y Christian. (2012). *Propuesta de control interno a los inventarios basados en las Normas Internacionales de Contabilidad*. Revista Publicando, 4 No 12. (2). 2017, 573-591.

ANEXOS

ANEXO 1

PROCESO DE COSTEO MENSUAL AUTONIZA S.A.C.

Objetivo:

Realizar un proceso de costeo preciso y eficiente de las ventas y transacciones realizadas durante el mes, asegurando la correcta valoración de inventarios y la generación de asientos contables correspondientes.

1. Preparación del Sistema

Objetivo: Preparar el sistema y los datos necesarios para realizar el costeo.

- **Bloqueo del mes en el sistema de inventarios:**

El último día del mes, a las **11:59 pm**, el área de **Sistemas** debe bloquear el mes en el módulo de inventarios del sistema **Softcom SQL**. Esto evitará cualquier movimiento de inventario posterior y garantizará la integridad de los datos durante el proceso de costeo.

2. Cruce de Información con el Reporte de Ventas y el Sistema Contable

Objetivo: Asegurar que todas las ventas estén correctamente reflejadas en el sistema contable.

- **Verificación de ventas:**

El equipo de **Contabilidad** debe realizar un cruce de información entre el reporte de ventas (generado por el sistema de ventas) y el sistema contable. Esto garantiza que todas las ventas realizadas durante el mes estén correctamente registradas en la contabilidad.

Acción:

- Verificar que todos los documentos de ventas (facturas, boletas, notas de crédito, etc.) estén reflejados en el sistema contable.
- Validar que los montos de las ventas sean correctos y que no haya registros faltantes.

3. Ejecución del Proceso de Costeo en Softcom SQL

Objetivo: Realizar la valorización de los inventarios y calcular los costos correspondientes a las ventas y transacciones del mes.

- **Ejecutar el proceso de valorización:**

El área de **Sistemas** debe ejecutar el **Proceso Mensual de Valorización** en el sistema **Softcom SQL**. Este proceso asignará un costo a cada ítem registrado en los documentos emitidos durante el mes (facturas, boletas, notas de crédito, entradas y salidas de almacén).

Acción:

- El sistema calculará el costo de los productos utilizando el **método de valorización** configurado (FIFO, LIFO, Promedio Ponderado, etc.).
- El proceso debe incluir todas las transacciones relevantes del mes.

4. Generación de Asientos Contables

Objetivo: Generar los asientos contables necesarios para reflejar los costos asociados con las transacciones del mes en el sistema contable Concar SQL

- **Generación de los asientos contables:**

Una vez que se haya completado el proceso de valorización, el sistema generará automáticamente los siguientes asientos contables:

1. **Asiento – Costo Ventas por Factura:**
Registra el costo de ventas asociado a las facturas emitidas.
2. **Asiento – Gasto Ventas Factura de Obsequio:**
Registra el gasto relacionado con las ventas de obsequios (si aplica).
3. **Asiento – Costo Ventas OT Facturadas:**
Registra el costo de ventas de las órdenes de trabajo (OT) que han sido facturadas.
4. **Asiento – Costo OT con Cierre Manual:**
Registra el costo de las órdenes de trabajo cerradas manualmente (sin facturación automática).

5. Asiento – Costo Ventas OT Administrativas:

Registra el costo de ventas asociado con las órdenes de trabajo administrativas.

6. Asiento – Costeo de Repuestos OT:

Registra el costo de los repuestos utilizados en las órdenes de trabajo.

Acción:

El sistema de **Softcom SQL** generará un asiento contable para cada tipo de transacción.

5. Validación de los Asientos Contables

Objetivo: Verificar que los asientos contables generados sean correctos y que reflejen adecuadamente las transacciones realizadas.

• Revisión de los asientos contables:

El equipo de **Contabilidad** debe revisar cada uno de los asientos generados para asegurarse de que:

1. Los montos sean correctos.
2. Las cuentas contables asignadas sean las adecuadas.
3. Los asientos estén correctamente vinculados a los documentos de venta y otros movimientos.

Acción:

Se debe verificar cada asiento contable generado por el sistema para garantizar su exactitud. Si se detectan errores, estos deben corregirse antes de proceder.

6. Registro Final de los Asientos Contables

Objetivo: Registrar los asientos contables en el sistema para reflejar los costos en los estados financieros.

• Registro de los asientos contables:

Una vez que los asientos contables hayan sido validados, el equipo de **Contabilidad** debe proceder a registrar todos los asientos en el sistema contable.

Acción:

Los asientos contables deben ser **aprobados** por el responsable de contabilidad y luego registrados en el sistema contable para que los costos sean reflejados correctamente.

7. Generación de Informes Financieros

Objetivo: Generar los informes de costeo y financieros para análisis y toma de decisiones.

- **Generación de informes de costeo:**

El área de **Contabilidad** debe generar los siguientes informes:

1. Informe de Costos de Ventas.
2. Informe de Márgenes de Ganancia.
3. Informe de Costos Operacionales (si aplica).

Acción:

Estos informes se deben entregar a la **gerencia** o al **equipo financiero** para su análisis y toma de decisiones.

8. Cierre del Proceso de Costeo y Archivo de Resultados

Objetivo: Cerrar el proceso de costeo y archivar todos los resultados para futuras auditorías.

- **Cierre y archivo:**

Una vez que todos los asientos contables sean registrados y los informes generados, el proceso de costeo se considera cerrado.

Acción:

El área de **Sistemas** o **Contabilidad** debe asegurarse de que todos los documentos y resultados sean **respaldados y archivados** adecuadamente.

Nota: Los informes de costeo y los asientos contables deben ser almacenados para futuras auditorías y análisis.