



**Coordinación de Estudios de Postgrado  
Especialización en Planificación, Desarrollo y Gestión de Proyectos**

**Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa destinada a  
la Venta de autopartes y componentes de carrocerías  
Proyecto: CARROCERIAS DEL ESTE, C.A.**

**Trabajo Especial de Grado presentado para optar al Título de  
Especialista  
en Planificación, Desarrollo y Gestión de Proyectos**

Autor: José Moura Fernandes  
C.I. 11.741.910  
Tutor: Ing. Rafael Ávila

**Caracas, Enero de 2.012**

# ACTA APROBATORIA

RIF-J 30647247-9



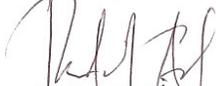
## Coordinación de Estudios de Postgrado

### Especialización en Planificación, Desarrollo y Gestión de Proyectos

Quienes suscriben, profesores evaluadores nombrados por la Coordinación de la Especialización en Planificación, Desarrollo y Gestión de Proyectos de la Universidad Monteávila, para evaluar el Trabajo Especial de Grado titulado: **Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa destinada a la Venta de autopartes y componentes de carrocerías, Proyecto: CARROCERÍAS DEL ESTE, C.A.** presentado por el ciudadano: **Moura Fernandes José Avelino**, cédula de identidad N° 11.741.910, para optar al título de Especialista en Planificación, Desarrollo y Gestión de Proyectos, dejan constancia de lo siguiente:

1. Leído como fue el Trabajo Especial de Grado por todos los miembros evaluadores, su presentación se realizó, previa convocatoria, en los lapsos establecidos por el Comité de Estudios de Postgrado, el 25 de febrero 2012, en el aula cinco (05), en la sede de la Universidad.
2. La presentación consistió en un resumen oral del Trabajo Especial de Grado por parte de su autor(a), en los lapsos señalados al efecto por el Comité de Estudios de Postgrado; seguido de una discusión de su contenido, a partir de las preguntas y observaciones formuladas por los profesores evaluadores, una vez finalizada la exposición.
3. Concluida la presentación del citado trabajo los profesores decidieron otorgarle la calificación de Aprobado "A" por considerar que reúne todos los requisitos formales y de fondo exigidos para un Trabajo Especial de Grado, sin que ello signifique solidaridad con las ideas y conclusiones expuestas.

En Caracas, a los 25 días del mes de febrero de 2012.

  
Prof. Rafael Avila  
C.I. 12.077-358

  
Prof. Andrés Pedroza  
C.I. 6895252



# RESUMEN

Universidad Monteávila  
Comité de Estudios de Postgrado

Estudio de factibilidad para la Creación de una empresa destinada a la venta de autopartes y componentes de Carrocerías

El negocio de autopartes está destinado a coadyuvar en el suministro y venta de repuestos necesarios para el mantenimiento de los automóviles y suplir a través de empresas confiables dicho suministro, siendo capaces de poner a disposición y en manos de los consumidores las piezas necesarias para sus reparaciones luego de un siniestro automovilístico.

La empresa debe ser capaz de generar no solamente la posibilidad de colocar en manos de sus posibles clientes el repuesto, si no también servir de asesor en cuanto a los repuestos necesarios y correctos para la reparación de los vehículos.

Los actuales proveedores de este servicio han ido especializándose en diferentes áreas, por ello este tipo de iniciativa solo pretende el aportar piezas y repuestos externos del vehículo y hacerlo directamente en la Ciudad de Caracas en una ubicación que corresponde a aquella que pueda ser identificada como de mayor posibilidad para la iniciativa.

El trabajo especial de grado esquematizado como proyecto factible propone un primer local de índole privado como parte de la solución, buscando generar ganancias y rentabilidad además de dar respuesta a las necesidades encontradas en los servicios relacionadas con el ramo, bajo un nuevo modelo de negocio en el mercado que permite inclusive tomar posición en la plaza recomendada.

**PALABRAS CLAVES:** Proyecto factible, rentabilidad, demanda, mercado, plaza.

## **Dedicatoria y agradecimientos**

A mis familiares y esposa por tener tanta paciencia durante el desarrollo de esta nueva etapa en mi educación y mi vida.

Agradezco los compañeros de estudios de la quinta cohorte de la UMA y profesores con los que me toco compartir y que me hicieron crecer en conocimiento y a ser un mejor ser humano y profesional al compartirme sus experiencias y aprendizajes.

Un especial reconocimiento a profesor Rafael Ávila que me apoyó en el Trabajo Especial de Grado compartiendo sus conocimientos en el tema financiero y de inversión, para lograr un buen trabajo y el éxito deseado.

GRACIAS ;

# INDICE

<b>ACTA APROBATORIA</b> .....	ii
<b>RESUMEN</b> .....	iii
<b>Dedicatoria y agradecimientos</b> .....	iv
<b>INDICE</b> .....	v
<b>INDICE DE FIGURAS</b> .....	iviii
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>CAPITULO I: EL PROBLEMA</b> .....	2
1.Planteamiento del Problema .....	2
1.1. ENUNCIADO DEL PROBLEMA DE ESTUDIO .....	3
1.2. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN .....	3
1.2.1. <i>Objetivo General</i> .....	3
1.2.2. <i>Objetivos específicos</i> .....	4
1.3. JUSTIFICACIÓN PARA LLEVAR A CABO EL PROYECTO .....	4
<b>CAPITULO II: MARCO TEORICO</b> .....	5
2.Bases teóricas .....	5
2.1. MARCO CONTEXTUAL .....	5
2.1.1. <i>Evaluación de Proyectos</i> .....	5
2.1.2. <i>Estados Financieros</i> .....	5
2.1.3. <i>Principales Estados Financieros</i> .....	5
2.2. ANÁLISIS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS .....	12
2.2.1. <i>Razones financieras</i> .....	12
2.3. PROYECCIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS .....	19
2.3.1. <i>Proyección del Flujo de Efectivo</i> .....	19
2.4. EVALUACIÓN FINANCIERA.....	20
2.4.1. <i>Valor Presente Neto (VPN)</i> .....	20
2.4.2. <i>Tasa Interna de Retorno (TIR)</i> .....	21
2.4.3. <i>Período de Retorno</i> .....	22
2.5. PLANIFICACIÓN FINANCIERA .....	22
2.6. JUICIO EXPERTO .....	23
2.7. FICHA TÉCNICA Y GLOBAL DEL PROYECTO DE FACTIBILIDAD .....	24
2.8. INFRAESTRUCTURA DE LAS TIENDAS DE VENTA DE CARROCERÍAS Y NECESIDADES INHERENTES AL TIPO DE ESTABLECIMIENTO .....	24
2.9. BASAMENTO LEGAL Y TRIBUTARIO ASOCIADO AL TIPO DE ESTABLECIMIENTO .....	25
2.9.1. <i>Requisitos legales y sanitarios para la apertura</i> .....	26
2.9.2. <i>Permisología para el manejo de desechos</i> .....	26

2.9.3. <i>Permisología para el manejo de carteles</i> .....	27
2.9.4. <i>Sistemas de seguridad, bomberos y alarmas</i> .....	28
CAPITULO III: MARCO SITUACIONAL.....	30
3. Formas de comercialización del producto.....	35
3.1. DEFINICIÓN DE LA CAPACIDAD DE PLANTA.....	35
3.2. DEFINICIÓN DE LA LOCALIZACIÓN PARA EL PROYECTO .....	36
CAPITULO IV: MARCO METODOLÓGICO.....	39
4. Tipo de investigación .....	39
4.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN: .....	39
4.2. FORMULACIÓN DE INSTRUMENTOS DE RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN .....	40
4.3. DESCRIPCIÓN DE INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....	42
CAPITULO V: Desarrollo del Proyecto.....	44
5. Estudio de Mercado del Proyecto .....	44
5.1. ANÁLISIS CUALITATIVOS .....	45
5.1.1. <i>Entrevista personal en Talleres Autorizados y empresas de seguros:</i> .....	45
5.1.2. <i>Comportamiento del Consumidor</i> .....	46
5.1.3. <i>Canales de distribución y Ofertas a clientes potenciales</i> .....	47
5.1.4. <i>Atención al cliente y asesoría</i> .....	48
5.2. SITUACIÓN DEL MERCADO VENEZOLANO ACTUAL .....	49
5.2.1. <i>Los más vendidos</i> .....	51
5.2.2. <i>Los más siniestrados</i> .....	52
5.3. ESTRUCTURA GENERAL DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	53
5.3.1. <i>Análisis de la Demanda</i> .....	53
5.3.2. <i>Análisis de Precios</i> .....	54
5.3.3. <i>Análisis de la Comercialización</i> .....	55
6. Estudio Técnico del Proyecto.....	55
6.1. METODOLOGÍA UTILIZADA.....	55
6.2. SEGMENTACIÓN .....	56
6.2.1. <i>Compradores o personas naturales</i> .....	56
6.2.2. <i>Empresas de seguros y talleres autorizados</i> .....	56
6.2.3. <i>Identificación de cada producto</i> .....	56
6.2.4. <i>Análisis de la Competencia</i> .....	57
6.2.5. <i>Proyecciones para los precios de productos a 5 años</i> .....	58
6.3. FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO .....	58
6.4. PORMENORES TÉCNICOS PARA SU UBICACIÓN Y CAPACIDAD .....	60
6.4.1. <i>Tamaño y Localización</i> .....	60

6.4.2. Definición de la capacidad de Planta .....	60
6.4.3. Definición de la localización para el proyecto .....	61
6.5. INGENIERÍA DEL PROYECTO .....	63
6.5.1. Descripción de las alternativas de proceso y tecnologías.....	63
6.6. JUSTIFICACIÓN DEL PROCESO SELECCIONADO .....	64
6.6.1. Impacto ambiental.....	64
7. Análisis económico- financiero.....	65
7.1. ESTIMACIÓN DEL COSTO TOTAL ESCENARIO MÁS VIABLE .....	65
7.2. CAPITAL DE TRABAJO .....	67
7.3. INVERSIÓN INICIAL .....	68
7.4. FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO .....	69
7.5. COSTOS Y GASTOS OPERATIVOS DE LA EMPRESA .....	70
7.6. COSTOS FIJOS .....	70
7.7. INGRESOS POR VENTAS.....	71
7.8. MARGEN REAL DE CONTRIBUCIÓN.....	73
7.9. PUNTO DE EQUILIBRIO .....	74
7.10. PROYECCIONES FINANCIERAS .....	74
7.11. TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN .....	77
7.12. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD .....	78
7.13. RESUMEN DEL ESTUDIO TÉCNICO-ECONÓMICO .....	79
7.14. ESCENARIO OPTIMISTA .....	81
7.15. ESCENARIO PESIMISTA .....	83
Capítulo VI: Claves para el Éxito del Proyecto.....	86
Capítulo VII: Conclusiones y Recomendaciones .....	87
Fuentes Consultadas .....	91
ANEXO A .....	92
ANEXO B.....	94
ANEXO C.....	99
ANEXO D.....	101

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Estructura del Balance General.....	7
Figura 2. Estructura del Estado de Resultados.....	8
Figura 3. Estado de Resultados detallado.....	9
Figura 4. Estructura del Flujo de Caja.....	11
Figura 5. Estructura del Flujo de Caja Libre.....	11
Figura 6: Tasa de Descuento.....	21
Figura 7: Método de Localización.....	37
Figura 8: Vehículos más Vendidos hasta Septiembre 2010.....	51
Figura 9: Vehículos más Siniestrados.....	53
Figura 10: Siniestralidad en Automóviles.....	54
Figura 11: Análisis Competencia Local.....	57
Figura 12: Localización del Primer Local Comercial.....	62
Figura 13: Posible Impacto Ambiental.....	64
Figura 14: Costo de Mobiliario y Equipos.....	66
Figura 15: Capital de Trabajo.....	67
Figura 16: Cuadro de Inversión Inicial.....	68
Figura 17: Financiamiento del Proyecto, Préstamo.....	69
Figura 18: Financiamiento del Proyecto, Comportamiento Anual.....	69
Figura 19: Costos y Gastos Operativos, Escenario más Probable .....	70
Figura 20: Costos Fijos, Escenario más Probable .....	71
Figura 21: Ingresos por Ventas, Escenario más Probable .....	73
Figura 22: Enfoque por Contribución, Escenario más Probable .....	73
Figura 23: Punto de Equilibrio, Escenario más Probable.....	74

Figura 24: Visión Contable, Escenario más Probable.....	75
Figura 25: Flujo de Caja de los Socios, Escenario más Probable.....	75
Figura 26: Dividendos, Escenario más Probable.....	75
Figura 27: Tasa de Rendimiento Mínima del Negocio.....	76
Figura 28: Tasa de Rendimiento Mínima de los socios.....	77
Figura 29: Ordinario FC Acumulado.....	78
Figura 30: Descontado FC Acumulado.....	78
Figura 31: Visión Contable y Flujo de Caja.....	79
Figura 32: Valor Presente para el Negocio, Escenario Optimista.....	82
Figura 33: Tasa de Rendimiento Socio, Escenario Optimista.....	82
Figura 34: Tasa de Rendimiento Mínima Exigida, Negocio.....	84
Figura 35: Tasa de Rendimiento Mínima Exigida, Socios.....	84

# INTRODUCCIÓN

Este proyecto busca estudiar la pre factibilidad técnica económica de una empresa que se dedique a la venta de carrocerías que se ubique en una zona de la Gran Caracas como punto estratégico de negocio, haciéndose necesaria la aplicación de un estudio de mercado, estudio técnico y estudio financiero que arroje resultados favorables y factibles que den lugar al desarrollo e implantación del mismo.

Para ello es de base fundamental evaluar la demanda y oferta del rubro, entorno económico y social, impacto ante la competencia que existe y penetración en el mercado.

Así mismo evaluar las variables financieras de inversión y de retorno de la misma que agreguen valor a la toma de decisión de los inversionistas de la viabilidad o no de este proyecto.

Carrocerías del Este se enmarca dentro de la venta, comercialización, distribución y asesoría en autopartes del sector automotriz en Venezuela. Será una empresa dedicada a satisfacer el nicho de repuestos para automotores de las marcas más reconocidas y vendidas en el mercado venezolano, atendiendo a necesidades específicas relacionadas con la carrocería de los vehículos automotores, no incluyendo en los mismos camiones y tractores.

# **CAPITULO I: EL PROBLEMA**

## **1. Planteamiento del Problema**

Lo que motiva a un proyecto como éste, radica en la necesidad puntual de un equipo de inversionistas para comercializar autopartes y componentes de carrocerías con el fin principal de crear un negocio rentable para sus asociados y que dé empleo acorde con la ley a sus trabajadores dentro de un concepto novedoso de atención y servicio.

Siendo que cada vez más existe en Venezuela un tema de desempleo marcado, el cuál no ofrece garantías de estabilidad laboral, se quiere crear una iniciativa que otorgue independencia y que circunscriba a todos los asociados alrededor de una iniciativa propia, bajo términos y condiciones que beneficien a todos y que a la vez beneficie a los clientes y a la comunidad en la cual se estará desarrollando como empresa.

El proyecto se define en torno a la factibilidad de la comercialización de autopartes y componentes de carrocerías nuevas de vehículos para el parque automotor de la Gran Caracas.

La principales actividades a considerar en el proyecto de factibilidad, será la de atender en primera instancia, las necesidades derivadas del sector de seguros y además vender autopartes a talleres y personas naturales que así lo requieran.

Para llevar a cabo el proyecto, se contempla la elaboración de los siguientes estudios:

- Plan de mercado
- Plan de viabilidad técnica
- Plan económico y financiero

## **1.1. Enunciado del Problema de estudio**

Esta iniciativa se plantea desde dos puntos de vista:

¿Se podrá adoptar un modelo de negocio para la venta de autopartes y componentes de carrocerías de vehículos siniestrados, dirigido a satisfacer las necesidades de las compañías aseguradoras, la de los talleres mecánicos, así como la de los dueños de vehículos particulares, mientras se mantiene un *stock* estable de repuestos a disposición del mercado local?

¿Se podrá responder a las necesidades del mercado, que se caracteriza por tener altos precios de repuestos en un parque automotor con alto índice de accidentes, mediante un modelo de comercialización que ofrezca confiabilidad de abastecimiento a precios competitivos?

## **Ratios relevantes en el estudio de factibilidad**

Las Cantidades dedicadas a inversiones dependen de varios factores. Estos serán: rendimiento, rentabilidad y retorno de inversión.

En la medida en la que avancemos en esta investigación se identificarán las variables que nos permitirán dilucidar el nivel de riesgo, capacidad del proyecto que son los aspectos más importantes a la hora de desarrollar una iniciativa como la que afrontamos.

## **1.2. Objetivo de la Investigación**

### **1.2.1. Objetivo General**

- Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la comercialización de autopartes de vehículos ubicada en la Gran Caracas.

### **1.2.2. Objetivos específicos**

- Determinar la demanda de autopartes de la Gran Caracas según la finalidad del negocio.
- Determinar los recursos que se requieren (inventario, localización, inversión inicial).
- Realizar un análisis financiero que permita calcular la rentabilidad del proyecto y retorno esperado de la inversión.
- Evaluar la rentabilidad de los socios luego de la puesta en marcha de la iniciativa.

### **1.3. Justificación para llevar a cabo el proyecto**

Carrocerías del Este se enmarca dentro de la venta, comercialización, distribución y asesoría en autopartes del sector automotriz en Venezuela. Será una empresa dedicada a satisfacer el nicho de repuestos para automotores de las marcas más reconocidas y vendidas en el mercado venezolano, atendiendo a necesidades específicas relacionadas con la carrocería de los vehículos automotores, no incluyendo en los mismos camiones y tractores.

Académicamente el proyecto pretende aplicar todos los conocimientos tomados del postgrado para la elaboración de los planes de inversión y técnicos necesarios para determinar en primera instancia su factibilidad o viabilidad como inversión, luego su viabilidad técnica y finalmente su viabilidad social definiendo los beneficios que aportará a sus asociados y trabajadores.

En definitiva es un proyecto de inversión que otorgará a sus inversionistas la posibilidad de ganancias comerciales y en el futuro inmediato, ofrecer a personas la posibilidad de un trabajo digno.

## **CAPITULO II: MARCO TEORICO**

### **2. Bases teóricas**

#### **2.1. *Marco Contextual***

##### **2.1.1. Evaluación de Proyectos**

Una clave descrita por Sapag y Sapag (1995) es que en la evaluación de proyectos “se quiere simular con el máximo de precisión lo que sucedería si el proyecto fuese implementado, estimando los beneficios y costos que probablemente ocasionaría y por tanto deben evaluarse”, (p,16).

Esta será una de las normas para poder crear nuestro proyecto de venta de repuestos Carrocerías del Este, C.A. Los resultados de la evaluación debería sustentar la base de la investigación en: tamaño de la inversión y el posicionamiento en el mercado, no solamente ante la competencia sino en los beneficios socioeconómico para sus empleados, clientes y asociados.

##### **2.1.2. Estados Financieros**

Los *Estados Financieros*, son informes esquemáticos de los registros de Contabilidad, que resumen la información financiera y los resultados de operaciones de un negocio, en términos monetarios, para una fecha determinada y/o su evolución en un período de tiempo

##### **2.1.3. Principales Estados Financieros**

###### **Balance General**

Es un documento, donde se detallan todas las cuentas reales, agrupadas y clasificadas en un orden preestablecido, que muestra la situación financiera de la empresa, en una fecha determinada.

*El Balance General*, relaciona en una ecuación, la ecuación fundamental de la Contabilidad, los tres grandes grupos de cuentas:

$$\text{ACTIVO} = \text{PASIVO} + \text{PATRIMONIO (CAPITAL CONTABLE)}$$

Donde,

- Activo: es el importe total de los valores, efectos, créditos y derechos que posee una persona o sociedad comercial. Son los recursos económicos del negocio que se espera beneficien futuras operaciones.
- Pasivo: es el importe total de las deudas o cargas que tiene una persona o entidad, lo cual se considera como una disminución de su activo.
- Patrimonio: es la diferencia entre Activos y Pasivos. Parte de los activos que le pertenece a los dueños. Registra los aportes hechos a la empresa por los socios y las ganancias acumuladas.

Un Balance General presenta básicamente la siguiente estructura:

<b>ACTIVOS</b>	<b>PASIVOS</b>	
<b>Activos circulantes</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Efectivo</li> <li>• Valores negociables</li> <li>• Cuentas por cobrar</li> <li>• Inventarios</li> </ul>	<b>Pasivos circulantes</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuentas por pagar:</li> <li>• Efectos por pagar:</li> <li>• Obligaciones laborales</li> <li>• Obligaciones fiscales</li> </ul>	<b>Capital de Trabajo</b>
<b>Activos Fijos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Equipos y maquinarias</li> <li>• Bienes inmuebles</li> <li>• Terrenos</li> <li>• Activos intangibles</li> </ul>	<b>Pasivos a Largo Plazo</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bonos</li> <li>• Otras deudas a Largo Plazo</li> </ul>	<b>Inversión y Financiamiento de Capital</b>
<b>Inversión</b>	<b>Financiamiento</b>	<b>PATRIMONIO</b>

**Figura 1. Estructura del Balance General**  
**Fuente: Clases Profesor Rafael Ávila (2010)**

**Donde,**

- Activos fijos: su duración es mayor de un año y no están destinados a la venta. Entre ellos: mobiliario, terrenos, maquinarias, edificios, etc.
- Activos intangibles: son aquellos de naturaleza inmaterial, y sólo se registran si se compran y no si se desarrollan. Por Ejemplo: patentes, licencias, fondos de comercio, entre otros.
- Pasivos circulantes: son deudas con un plazo menos a un año.
- Pasivos a largo plazo: deudas del negocio a más de un año.
- Dentro del Patrimonio:
  - o Capital Pagado: aporte de los accionistas.
  - o Utilidades retenidas o no distribuidas: acumulación de resultados de operaciones de años anteriores.

## Estado de Resultados

El Estado de Resultados, o Estado de Ganancias y Pérdidas, es un informe que muestra los ingresos y gastos de una organización, relacionados a un período específico. Este es el vínculo principal entre dos balances generales.

El Estado de Resultados generalmente incluye varias secciones. La sección operativa reporta los ingresos y los gastos de las principales operaciones. Entre otras cosas, la sección no operativa incluye todos los costos de financiamiento, y la última sección es la línea que se representa al fondo, es decir, la utilidad neta.

Un Estado de Resultados muestra básicamente la siguiente estructura:

<b>Ingresos:</b> Ventas Comisiones devengadas Proyectos realizados	<b>Flujo de entrada de recursos</b>  (Medición monetaria de logros)
<b>Gastos:</b> Costo de mercancía vendida Gastos administrativos Gastos de ventas Consumo de maquinaria (Depreciación) Gastos financieros Gastos fiscales	<b>Costo de recursos aplicados</b>  (Medición monetaria de esfuerzos)
<b>Utilidad neta</b>	<b>Resultado de operaciones</b>

**Figura 2. Estructura del Estado de Resultados**  
Fuente: Clases Profesor Rafael Ávila (2010)

También, un Estado de Resultados puede ser presentado de forma detallada:

<b>INGRESOS</b>	Ventas	xxx	+
<b>COSTO MERC. VEND.</b>	Costos	xxx	-
	<b>Utilidad bruta</b>	<b>xxx</b>	
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>	Gastos administrativos	xxx	-
	Gastos de ventas	xxx	-
	<b>Util.ant. Int.,Imp.,Dep.,Amort. (EBITDA)</b>	<b>xxx</b>	
<b>COSTOS DE INVERSIÓN</b>	Depreciación	xxx	-
	<b>Utilidad antes Int. e Imp (EBIT)</b>	<b>xxx</b>	
<b>COSTOS FINANCIEROS</b>	Intereses	xxx	-
	<b>Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>xxx</b>	
<b>COSTOS FISCALES</b>	Impuestos	xxx	-
	<b>Utilidad neta (*)</b>	<b>xxx</b>	
(*) Disponible para repartir a accionistas o retener para operaciones			

**Figura 3. Estado de Resultados detallado**  
Fuente: Clases Profesor Rafael Ávila (2010)

## Flujo de Efectivo

Un estado de flujos de efectivo reporta las entradas y los pagos en efectivo realizados por una entidad durante un período. Explica las causas de los cambios en el efectivo proporcionando información sobre las actividades operativas, financieras y de inversión.

El estado de flujo de efectivo tiene los siguientes propósitos:

- Mostrar la relación que existe entre la utilidad neta y los cambios en los saldos de efectivo. Estos pueden disminuir a pesar de una utilidad neta positiva y viceversa.
- Reportar los flujos de efectivo pasados para facilitar la predicción de los flujos de caja futuros, la evaluación de la manera en que la administración genera y usa el efectivo, y la determinación de la

capacidad que tiene una compañía para pagar intereses, dividendos y sus deudas cuando estas se vencen.

- Identificar los cambios en la mezcla de activos productivos.

El *Estado de Flujo de Efectivo* explica de donde provino el efectivo en un período y en que se gastó.

Las fuentes y usos del efectivo se discriminan en tres áreas:

- Flujo de Efectivo Operativo: fuentes y usos provenientes o destinados a la operación del negocio; considera la inversión en capital de trabajo (Capital de Trabajo consiste en la diferencia entre activos circulantes y pasivos circulantes)
- Flujo de Efectivo de Inversiones: fuentes y usos provenientes o destinados a la compra de activos de largo plazo
- Flujo de Efectivo de Financiamiento: fuentes y usos provenientes o destinados a los proveedores de capital (prestamistas de largo plazo o socios)

Un estado de flujos de efectivo presenta la siguiente estructura:

<b>Flujo de Caja Total =</b>	- Δ Activos Largo Plazo Netos
Utilidad Neta	- Depreciación
+ Depreciación	<b>Actividades de Inversión</b>
+ Gasto por intereses	
- Cambios en el Activo circulante	Δ Deuda a Largo Plazo (Emisión de nueva deuda)
+ Cambios en el Pasivo circulante	- Gasto por intereses
<b>FC Actividades Operativas</b>	+ Δ Capital Pagado
	- Dividendos
	<b>Actividades de Financiamiento</b>
Flujo de Caja = FC Operativo + FC Inversiones + FC Financiamiento	
Flujo de Caja = Variación del Efectivo	

**Figura 4. Estructura del Flujo de Caja**  
Fuente: Clases Profesor Rafael Ávila (2010)

## Flujo de Caja Libre

Este informe financiero facilita identificar el efectivo disponible para socios y accionistas, y proveedores de capital. Su resultado se estima, en consecuencia, después de cumplir con las obligaciones de impuestos, proveer las reservas necesarias de capital de trabajo y de destinar los recursos necesarios para inversiones de capital o activos de largo plazo (en su acrónimo en inglés, CAPEX).

Un estado de flujos de caja libre presenta la siguiente estructura:

Utilidad Neta
+ Depreciación
+ Intereses
- Inversión en Capital de Trabajo
- CAPEX
<b>Flujo de Caja Financiero (o Libre)</b>

**Figura 5. Estructura del Flujo de Caja Libre**  
Fuente: Clases Profesor Rafael Ávila (2010)

## **2.2. Análisis de los estados financieros**

El objetivo principal del análisis de los estados financieros, es servir de ayuda a los ejecutivos y directores, para verificar si las decisiones tomadas durante un período fueron favorables para la empresa. De igual forma, estos análisis constituyen una base para futuras decisiones sobre las operaciones, inversiones y políticas económicas –financieras de la organización.

Al realizar el análisis de los estados financieros se busca, entre otros, conseguir la siguiente información:

- Situación financiera general.
- Rentabilidad del capital invertido.
- Equilibrio económico de la empresa.
- Capacidad para el cumplimiento de las obligaciones.
- Suficiencia del capital de trabajo neto.
- Solvencia y situación crediticia.
- Dependencia de terceros.
- Discreción del reparto de dividendos.

### **2.2.1. Razones financieras**

Las *Razones o Ratios financieros*, son índices que relacionan dos elementos de la información financiera entre sí, que por lo general son comparadas con diferentes años para la misma empresa o en el mismo año o periodo con los competidores del ramo.

Las *Razones Financieras* se pueden utilizar para medir el desempeño operativo, que se refiere a las actividades cotidianas que generan ingresos y gastos; y el desempeño financiero, que se enfoca en dónde conseguir el efectivo y cómo utilizarlo en beneficio de la empresa.

Las principales clases de *índices financieros* son los utilizados para medir:

- Liquidez
- Endeudamiento
- Actividad
- Rentabilidad

## **Liquidez**

La *Liquidez* de una empresa se refiere a la capacidad con la cuenta la misma para cumplir con sus compromisos a corto plazo, es decir, si hay suficientes activos circulantes para cubrir los pasivos circulantes conforme se hacen pagaderos.

La razón de liquidez más utilizada es la razón del circulante o liquidez inmediata, que mide la liquidez a corto plazo. Mientras mayor sea la razón circulante, mayor seguridad tendrá el acreedor a corto plazo de que la deuda se pagará por completo.

La *Liquidez* también se ve afectada por la prontitud con que se cobrarán las cuentas por cobrar y la prontitud con que se venderá el inventario.

Algunos de los índices de liquidez más usados son los siguientes:

- Índice Corriente o Circulante (current ratio): Indica la capacidad de la empresa de contraer obligaciones a corto plazo.

$$= \frac{\text{Activos corrientes}}{\text{Pasivos corrientes}}$$

- Índice Liquidez Inmediata (Quick Ratio): Indica la capacidad de la empresa de contraer obligaciones a corto plazo.

$$= \frac{\text{Efectivo} + \text{Inversiones Temporales} + \text{Cuentas por Cobrar}}{\text{Pasivos corrientes}}$$

- Índice Ácido: Indica la capacidad de la empresa para cancelar sus obligaciones a corto plazo sin basarse en los inventarios.

$$= \frac{\text{Activos corrientes} - \text{Inventario}}{\text{Pasivos corrientes}}$$

- Índice "Súper Ácido": Indica la capacidad de la empresa para cancelar sus obligaciones a corto plazo utilizando sólo el efectivo disponible.

$$= \frac{\text{Efectivo}}{\text{Pasivos corrientes}}$$

## Endeudamiento

Las *Razones de Endeudamiento*, miden el grado en que la empresa se ha financiado mediante deuda.

Estas razones de deuda a activos y deuda a capital se utilizan para la evaluación de la solvencia. A pesar de que se enfocan en la capacidad de pagarle a los acreedores a largo plazo, los inversionistas siguen de cerca estas razones para juzgar el grado de riesgo o de insolvencia o estabilidad en las utilidades.

Entre los índices de endeudamiento podemos mencionar:

- Razón de Endeudamiento (Debt Ratio): Porcentaje de fondos totales que han proporcionado los acreedores.

$$= \frac{\text{Pasivos totales}}{\text{Activos totales}}$$

- Índice Total de Pasivos Y Patrimonio: Informa sobre la solidez y credibilidad crediticia de la empresa.

$$= \frac{\text{Pasivos totales}}{\text{Patrimonio}}$$

- Índice de Interés Obtenido (TIE Coverage): Grado en que pueden declinar las ganancias antes que la empresa pierda la capacidad de cubrir los costos de intereses.

$$= \frac{\text{Utilidades antes intereses e impuestos (EBIT)}}{\text{Gasto por Intereses}} \text{ (veces)}$$

## Rentabilidad

Los *Índices de Rentabilidad*, evalúan la efectividad general de la gerencia de acuerdo a los rendimientos generados sobre ventas, inversión y patrimonio. Estas miden la capacidad de la empresa para generar utilidades con base a los recursos invertidos.

Cada una de las siguientes razones mide un aspecto particular de la rentabilidad:

- Margen de Utilidad sobre Ventas (Profit Margin): Informa la rentabilidad por unidad monetaria de ventas.

$$= \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas}}$$

- Rendimiento sobre Activos Totales: Informa la rentabilidad sobre la inversión total de la empresa.

$$= \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Activos totales promedio}}$$

- Rendimiento sobre Activos Totales antes de Impuestos (Du Pont Equation): Informa la rentabilidad sobre el dinero aportado por los accionistas de la empresa.

$$\frac{\text{Utilidad operativa}}{\text{Activos totales promedio}} = \frac{\text{Utilidad operativa}}{\text{Ventas}} \times \frac{\text{Ventas}}{\text{Act. Totales promedio}}$$

- Rendimiento sobre Patrimonio (ROE): Informa la rentabilidad sobre el dinero aportado por los accionistas de la empresa.

$$= \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio promedio}}$$

- Gross Profit Margin (Margen de ganancia bruta): Informa la rentabilidad sobre el dinero aportado por los accionistas de la empresa.

$$= \frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas}}$$

- Payout Ratio (Razón de pago de dividendos): Informa la rentabilidad sobre el dinero aportado por los accionistas de la empresa, a nivel de dividendos recibidos.

$$= \frac{\text{Dividendos}}{\text{Utilidad Neta}}$$

#### Actividad

Los *Ratios de Actividad o de Utilización del Capital de Trabajo* demuestran la efectividad con que la empresa utiliza sus recursos, es decir, se utilizan para analizar la eficiencia de la operación de la misma.

Entre algunas *Relaciones de Actividad*, destacan las siguientes:

- Rotación de Inventarios: Compara el nivel de ventas con el inventario de la empresa.

$$= \frac{\text{Costo de Mercancía Vendida}}{\text{Inventario promedio al costo}} \quad (\text{expresado en número de veces})$$

- Rotación de Inventarios: Compara el nivel de ventas con el inventario de la empresa

$$= \frac{\text{Inventario promedio al costo}}{\text{Costo de Mercancía Vendida diario}} \quad (\text{expresado en número de días})$$

- Período Promedio de Cobranzas (Days Sales Outstanding): Compara el nivel de ventas con las cuentas por cobrar de la empresa.

$$= \frac{\text{Promedio Cuentas por cobrar}}{\text{Ventas a Crédito diarias}} \quad (\text{expresado en número de días})$$

- Rotación de Cuentas por Pagar: Compara el nivel de compras con las cuentas por pagar de la empresa.

$$= \frac{\text{Promedio Cuentas por cobrar}}{\text{Compras diarias}} \quad (\text{expresado en número de días})$$

- Rotación del Activo Fijo: Mide la rotación de la planta y equipo.

$$= \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo fijo neto}} \quad (\text{expresado en número de veces})$$

- Rotación del Activo Total: Mide la rotación de todos los activos de la empresa.

$$= \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo total promedio}} \quad (\text{expresado en número de veces})$$

## **2.3. Proyección de Estados Financieros**

Una de las principales técnicas de planificación financiera cuantitativa es la *Proyección de Estados Financieros*, o también llamada *Estados Proforma*, debido a que pueden dar a conocer cómo terminará un periodo para efectos fiscales, y ayuda a tomar decisiones sobre necesidades de financiamiento para el o los períodos que se analizan, entre otros.

### **2.3.1. Proyección del Flujo de Efectivo**

Otra técnica muy utilizada para hacer evaluaciones financieras es la proyección de los Flujos de Efectivo, ya que estos nos permiten analizar las opciones de crecimiento o rentabilidad de un negocio. Para su elaboración debemos fijar ciertas premisas o supuestos del comportamiento de las operaciones y financiamiento, entre ellas:

- Días de cobranza.
- Días de pago a proveedores.
- Importes de las compras.
- Adquisiciones de Activo Fijos.
- Importes de los Impuestos.
- Amortizaciones a capital.
- Pago de intereses.
- Capital de trabajo

En base a la proyección del flujo de efectivo, tendremos al final del período saldos de estas cuentas que nos sirven de cantidades estimadas para efectos de los estados financieros.

## **2.4. Evaluación Financiera**

La *Evaluación Financiera* de una empresa consiste en proyectar flujos de efectivo que en un período de tiempo serían hipotéticamente generados, para después descontarlos a una tasa determinada, con el fin de cuantificar el valor agregado generado.

Este tipo de evaluación tiene como objeto determinar la capacidad de generar valor de una empresa, al igual que analizar su liquidez y los efectos del financiamiento en la rentabilidad.

Entre las herramientas de evaluación financiera destacan:

- Valor Presente Neto (VPN)
- Tasa Interna de Retorno (TIR)
- Período de Retorno (Payback)

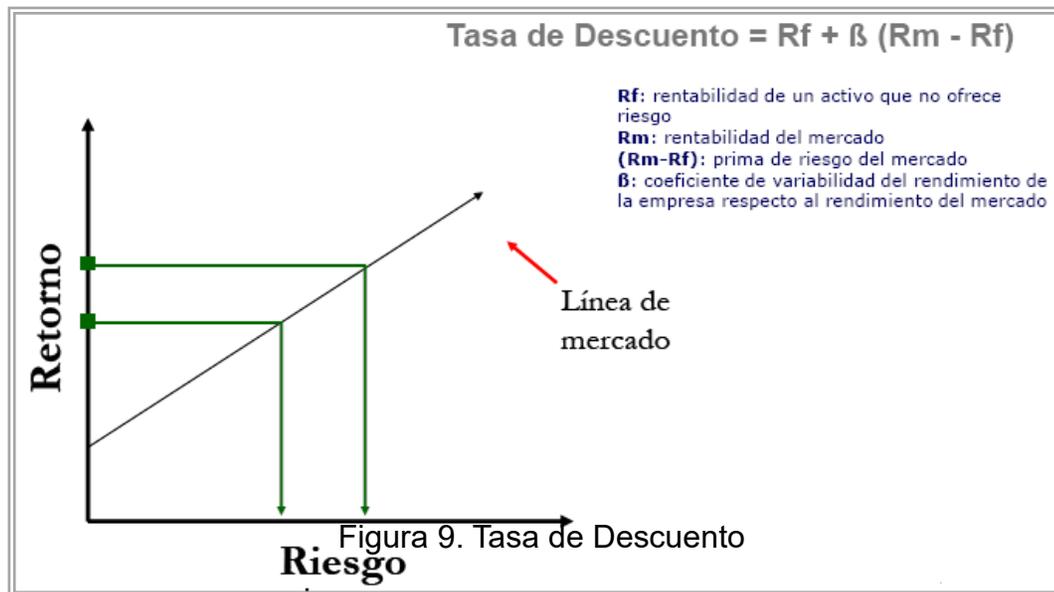
### **2.4.1. Valor Presente Neto (VPN)**

El *Valor Presente Neto* es el valor calculado como la diferencia entre la suma de los flujos esperados de una inversión descontados por una tasa de rendimiento o de descuento (relacionada con el riesgo de la inversión) y la inversión original.

$$\text{VPN} = \text{VP} - \text{Inversión inicial}$$

El VPN es un criterio dinámico, ya que tiene en cuenta el valor del dinero en el tiempo, y ofrece una medida de la rentabilidad en términos monetarios (absolutos).

La Tasa de descuento (TD), utilizada para calcular el valor presente neto, viene dada generalmente por la rentabilidad esperada más un porcentaje adicional que representa el factor de riesgo que implica dicha inversión.



**Figura 6: Tasa de Descuento**  
**Fuente: Clases Profesor Rafael Ávila (2010)**

### 2.4.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor presente neto (VPN) es igual a cero.

Es un indicador de la rentabilidad de una inversión, ya que a mayor TIR, mayor rentabilidad. Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de una propuesta de inversión. Para ello, la TIR se compara con una tasa mínima de rentabilidad esperada o el costo de oportunidad de la inversión. Si la tasa de rendimiento (expresada por la TIR) supera la tasa de esperada, se acepta la inversión; en caso contrario, se recomienda rechazarla.

### **2.4.3. Período de Retorno**

El *Payback* o *Plazo de Recuperación* es un criterio de valoración de inversiones que permite tomar una decisión de inversión en base a cuánto tiempo se tardará en recuperar esta inversión inicial mediante los flujos de caja. Este análisis puede ser de tipo dinámico o estático, ya sea considerando o no el valor del dinero en el tiempo, respectivamente. Resulta muy útil cuando se quiere realizar una inversión de elevada incertidumbre y de esta forma tenemos una idea del tiempo que tendrá que pasar para recuperar el dinero que se ha invertido.

### **2.5. Planificación financiera**

La *Planificación Financiera* es el establecimiento de los lineamientos básicos para lograr las metas financieras en un periodo futuro, teniendo en cuenta el crecimiento esperado, las interacciones entre el financiamiento y la inversión y la factibilidad ante estos objetivos. (Ross y otros, 1999)

Brealey y Myer (1994), a su vez, definen la *Planificación Financiera* como un proceso de análisis de: a) las influencias mutuas entre las alternativas de inversión y financiamiento, b) la proyección de las consecuencias futuras de las decisiones presentes, c) la decisión de las alternativas a adoptar y d) la comparación del comportamiento posterior con los objetivos establecidos por el plan financiero.

El objetivo principal de realizar una *Planificación Financiera* es el de reducir los riesgos y hacer un buen manejo de los recursos financieros, aprovechando las oportunidades y buscando su mejor rendimiento.

Al momento de hacer el plan financiero es lo recomendable es trabajar conjuntamente con dos niveles de planificación:

- El Plan a Largo Plazo: que corresponde al ciclo largo de proyección, por lo general entre 2 y 5 años, cuyas principales variables serian las inversiones a realizar y el financiamiento necesario para estas. Una de sus principales herramientas es el denominado Presupuesto de Capital compuesto a su vez por un presupuesto parcial de las inversiones y otro del financiamiento.
- El Plan a Corto Plazo: correspondiente al ciclo corto, generalmente de 12 meses y también llamado *Administración del Capital de Trabajo*. En este plan ya se encuentran prefijadas las estructuras económicas y financieras dadas por el Plan a Largo Plazo y sus principales variables serian el volumen de los ingresos y el costo de los mismos.

Según Ross y otros (1999), la diferencia más importante entre las finanzas a corto y largo plazo es el posicionamiento en el tiempo de los flujos de efectivo. En cierta forma, las decisiones a corto plazo son más fáciles que las decisiones a largo plazo, pero no por ello menos importantes.

## **2.6. Juicio Experto**

Es un conjunto de opiniones que pueden brindar profesionales expertos en una industria o disciplina, relacionadas al proyecto que se está ejecutando.

Este tipo de información puede ser obtenida dentro o fuera de la organización, en forma gratuita o por medio de una contratación, en asociaciones profesionales, cámaras de comercio, instituciones gubernamentales, universidades.

A lo largo del proyecto, el juicio de expertos se usa en:

- \* La integración del proyecto.
- \* El control integrado de cambios.
- \* El cierre administrativo y cierre de los contratos.
- \* Planificación y definición del alcance.
- \* La definición de las actividades del proyecto.
- \* Las estimaciones de actividades, recursos y costos.
- \* El análisis de riesgos.
- \* La planificación de compras y adquisiciones.

## **2.7. Ficha técnica y global del proyecto de factibilidad**

**Título:** Estudio de factibilidad para la creación de una empresa destinada a la venta de autopartes y componentes de carrocerías ubicado en la ciudad de Caracas – Distrito Capital.

**Líneas de trabajo:** Proyecto de Evaluación Financiera

**Tutor:** Ing. Rafael Ávila

## **2.8. Infraestructura de las tiendas de venta de carrocerías y necesidades inherentes al tipo de establecimiento**

Respecto del tipo de establecimiento necesario para el arranque, este se trata de una tienda que debe cumplir con el espacio suficiente para colocar en el todos los productos en estanterías especialmente dedicadas para tal fin y dependiente del tipo de producto que van a almacenar hasta su venta.

Concretamente es un inventario y como tal, lo que requiere es un espacio habilitado como un depósito corrido en donde se ubicarán tanto los estantes o estanterías como el espacio de atención al cliente que será un

mostrador que separará el área de inventario del espacio de atención al cliente.

Adicionalmente habrá un espacio de Administración con el Servidor donde se tendrá toda la información de inventario y aplicaciones necesarias para la administración del personal y contable para tal fin.

El área del inmueble y o local es de 124.80m<sup>2</sup>, con 2 puestos de estacionamiento disponibles.

### **2.9. Basamento legal y tributario asociado al tipo de establecimiento**

Para proceder a la apertura de un local con estas condiciones se debe contar con los siguientes documentos:

- Timbre fiscal correspondiente al 0.02% de U.T.
- Copia Certificada del Documento de Propiedad del Inmueble o del contrato de arrendamiento indicando metros cuadrados del local, dicho documento deberá especificar el área del local
- Copia Certificada del Registro Mercantil de la Empresa. En Caso de cualquier cambio de Registro Mercantil de Razón Social presentar Copia Certificada del Acta de Asamblea donde se realiza dicho cambio.
- Plano de Ubicación del inmueble Metro Guía.
- Plano de ubicación dentro del Nivel o Planta, correspondiente al Permiso de Construcción Arquitectura.
- Fotografía de la fachada del Local, y sus espacios internos.
- Copia de la Cédula de Identidad del Propietario o Arrendatario del local y del Solicitante. Copia del RIF de la Empresa.

- Solvencia Municipal sobre Impuestos de Inmuebles Urbanos Derecho de frente vigente.
- En caso de ser autorizado, presentar dicha autorización por escrito y fotocopia de la cédula de identidad.
- Carta Aval de la Asociación de Vecinos original o carta aval del Consejo Comunal.
- Pago de la Tasa Administrativa de conformidad de uso, según lo establecido en la Ordenanza sobre Tasas por Servicios Administrativos, publicada en Gaceta Municipal Extraordinaria 224-9/2002 original y tres copias del recibo. La tasa mínima a cancelar para recibir la solicitud de Conformidad de Uso en U.T. .
- Todos estos recaudos deben consignarse en carpeta con gancho y en el estricto orden establecido. La planilla de solicitud deberá contener toda la información solicitada en forma clara y legible y firmada por el propietario y el autorizado si fuere el caso con sus respectivas cédulas de identidad.

### **2.9.1.Requisitos legales y sanitarios para la apertura**

Debido a los requisitos legales y sanitarios para la apertura, por ser este un establecimiento que no está relacionado con el expendio de comidas ni bebidas no se hace necesario ningún tipo de requisitos asociados con este.

Solo se debe cumplir con la tenencia de dos baños destinados a la atención del personal y del cliente del establecimiento.

### **2.9.2.Permisología para el manejo de desechos**

Debido a que en este tipo de establecimiento no se estarán manejando ningún tipo de materiales químicos ni peligrosos para la salud,

no existe legislación aplicable a el, más que el simple hecho de tener envases debidamente habilitados para los pocos desechos que saldrán de el.

Otro tema en este sentido es la cancelación del aseo mensual como parte del servicio estándar que ofrece el Municipio Sucre.

### **2.9.3. Permisología para el manejo de carteles**

Los carteles son colocados y cobrados en base al tamaño, los siguientes son los requisitos que se deberán consignar en el Municipio Sucre para su colocación:

- Dos (2) Timbres Fiscales de 0.01 U.T. por solicitud
- REGISTRO MERCANTIL O ACTA CONSTITUTIVA DEBIDAMENTE REGISTRADA.
- Solvencia de Actividades Económicas o Estado de Cuenta en “0”.
- Último recibo de pago por el pago de Actividades Económicas.
- Solvencia de Inmuebles Urbanos o Estado de Cuenta en “0”.
- Boceto especificando: tamaño, tipo de producto y descripción del anuncio.
- Contrato de Arrendamiento y Autorización expresa del Propietario del Inmueble.
- Fotografías del sitio donde se instalará el medio publicitario.
- Plano de ubicación de la edificación o área donde se instalara el medio publicitario.
- Aprobación de Asambleas de Ciudadanos, Organizaciones Vecinales y/o Concejo Comunal de la Localidad.

- Para VALLAS o anuncios con estructura propia, se requiere:
- Memoria descriptiva con los planos y cálculos debidamente firmados por un ingeniero colegiado.
- Autorización de la Dirección de Ingeniería Municipal, de conformidad con los planos reguladores de zonificación del Municipio.
- Póliza de seguros de responsabilidad civil, exigible cuando las características del medio publicitario lo amerite.
- En caso de instalación de vallas en azoteas de edificaciones comerciales, deberá presentarse comunicación suscrita por el 51% de aprobación de los propietarios del inmueble en cuestión.
- Para publicidad en VEHÍCULO: Documento de propiedad y trimestre cancelado.
- Cuando se trate de anexos a Cuenta del ramo, presentar copia del recibo del último pago efectuado por propaganda comercial.

#### **2.9.4. Sistemas de seguridad, bomberos y alarmas**

Respecto al tipo de sistemas de seguridad, bomberos y alarmas para este tipo de establecimiento, se requieren específicamente los siguientes según lo indicado verbalmente por el departamento de Bomberos de La Urbina en su inspección:

1. Estación manual de alarma.
2. Difusor de sonido.
3. Luz de emergencia.
4. Detector de humo
5. Tablero central de control, N de zonas.

6. Extintor de polvo químico.
7. Extintor.
8. Señalizaciones: Salida de Emergencia, Prohibido Fumar, Vía de Escape, Extintor.
9. Escaleras con antirresbalante.

## **CAPITULO III: MARCO SITUACIONAL**

El proyecto se circunscribe en torno a la factibilidad de la comercialización de autopartes y componentes de carrocerías nuevas de vehículos para el parque automotor de la Gran Caracas.

Las principales actividades a considerar en el proyecto de factibilidad, pretenden atender en primera instancia, las necesidades derivadas del sector de Seguros y además vender autopartes a talleres y personas naturales que así lo requieran.

Para llevar a cabo el proyecto, se contempla la elaboración de los siguientes estudios:

Plan de mercado

Plan de viabilidad técnica

Plan económico y financiero

Esta iniciativa se plantea desde dos puntos de vista:

1º Se estará adoptando un modelo de negocio para la venta de autopartes y componentes de carrocerías de vehículos siniestrados, dirigido a satisfacer las necesidades de las compañías aseguradoras de los talleres mecánicos en primer lugar así como la de los dueños de vehículos particulares, mientras se mantiene un stock estable de repuestos a disposición del mercado local.

2º Satisfacer las necesidades del mercado, que se han caracterizado por tener altos precios de repuestos en un parque automotor con alto índice de accidentes, ofreciendo un modelo de comercialización que ofrezca confiabilidad de abastecimiento a precios competitivos.

El sector de autopartes, bien sea por vía de la importación o la distribución de repuestos, agrupa unas 300 empresas a nivel nacional, bajo la directriz de CANIDRA (Cámara de Importadores y Distribuidores de Repuestos Automotrices o la Cámara Nacional de Comercio de Autopartes). La Cámara afirmó en el año 2007, que el parque automotor venezolano lo constituían más 4.052.959 de vehículos. Hoy se estima con cifras del 2009 y según el Ministerio de Obras Públicas y Vivienda, MOPVI, que dicha cifra se ubica en más de 5.660.664 de vehículos.

Estos números indican que el consumo promedio anual de repuestos que había sido hasta hace tres años de 400 dólares por automóviles (CANIDRA), hoy en definitiva sea más alto, dado que los costes de inflación, entre otros, no se detienen.

Esto en principio supone que las características económicas del mercado en Venezuela lucen bastante atractivas para las empresas del ramo, pues el volumen de más de 20 millardos de dólares anuales (CANIDRA) debería ser suficiente para cubrir las expectativas de negocios y abastecer las necesidades del sector, aun cuando el contraste con la comercialización internacional de autopartes en otras partes del mundo se proyecte sobre más de 700 millardos de dólares anuales.

Por otra parte, las características económicas del mercado también se muestran interesantes cuando se toma en cuenta el volumen de consumo de repuestos, específicamente en la Gran Caracas, pues las cifras muestran que el aumento de autopartes también va en aumento, dada la incorporación constante de cantidades de vehículos al parque automotor. Para el año 2009, 1.227.135 vehículos circulantes se encontraban en el escenario de la alta incidencia de accidentes, lo cual implicó desde entonces el consumo de cantidades importantes de autopartes, esto proyecta una situación atractiva a futuro para nuestro proyecto.

Antes de continuar cabe definir lo que es la demanda Baca, G. (2001) define la demanda como "una variable que mide las necesidades que presenta el mercado en un tiempo determinado", (p.17). Por su parte Sapag y Sapag afirma "la ley de la demanda depende del servicio, el precio, el ingreso de los consumidores, el valor de los bienes sustitutos o complementarios y las preferencias del consumidor", (p, 44).

En consecuencia, los altos índices de accidentes de tránsito reportados anualmente son indicadores correlativos de las altas demandas de consumo de autopartes en Venezuela. En el último reporte publicado en el año 2005 por el Cuerpo Técnico de Vigilancia de Tránsito y Transporte Terrestre, CTVTTT, se informó que los accidentes en todo el territorio superaron los 80.000, con más de 4.000 muertos y 20.000 lesionados . Sin duda, parte de estos 80.000 accidentes correspondieron a demandas de autopartes, y dado que hoy estas cifras lamentables no han mejorado, se puede anticipar que el aumento de los costos asociados a estos accidentes y a la demanda de autopartes siga creciendo, incluso en la Gran Caracas.

En resumen, los accidentes de tránsito constituyen un problema en Venezuela por el impacto negativo en la salud, los costos, y porque las tendencias presentes indican que para los próximos años habrá un aumento significativo en la demanda de autopartes. El perfil de la evolución de la industria induce a pensar que los altos precios de las autopartes y las contingencias en la disponibilidad segura de las autopartes a precios competitivos en el mercado actual, se constituye en un serio desafío para el bolsillo de todas las casas aseguradoras, los talleres y los dueños de vehículos particulares.

Por eso, es fundamental hacer un diagnóstico o conocer la situación actual del mercado de autopartes en Venezuela, de modo que se encarere con esfuerzos y acciones el esclarecimiento de la factibilidad de un modelo

novedoso de negocios.

Según las cifras del 2007 de la Cámara Nacional de Comercio de Autopartes de Venezuela, CANIDRA el parque automotor venezolano actual lo constituyen más 4.052.959 de vehículos. Cifra estimable de la que se consume un promedio anual de 400 dólares por automóviles. Esto en principio supone que las características económicas del mercado lucen bastante atractivas para las empresas del ramo, pues el volumen de más de 20 millardos de dólares debe ser suficiente para cubrir las expectativas empresariales y abastecer las necesidades del sector, aun cuando el contraste del comercio internacional de autopartes alcance los 700 millardos anuales.

Si bien el problema del tráfico y la congestión en Caracas aparentan no tener una solución inmediata, tampoco lo tienen los problemas de los accidentes de tránsito, ni la necesidad de compra de autopartes. El estímulo del uso vehicular apoyado por una gasolina subsidiada más barata que un litro de agua, la deficiente planificación vial que ha permanecido inalterable desde los años 70 del siglo pasado, el alto porcentaje de vehículos viejos, más de 64%, con más de 20 años de circulación que requieren reemplazos de partes con mayor frecuencia, junto a la actitud “accidental” de los conductores, la cual es más ofensiva que defensiva, muestran que el mercado de autopartes venezolano seguirá en aumento debido a su accidentalidad y siniestralidad.

Debido a la alta incidencia de accidentes automovilísticos en el área metropolitana de la región capital y el Estado Miranda y a los altos índices de reparaciones por el bajo acceso a vehículos nuevos por los costos en un mercado deprimido, se ha detectado alta demanda de repuestos, carrocerías y partes de vehículos, así como altos precios para los repuestos y fallas relacionadas con la disponibilidad de inventarios, causas que justifican la

necesidad de plantearse una empresa proveedora de estos materiales de alta calidad y durabilidad de origen asiático que impacte al mercado en precio y disponibilidad.

Con un total de 136.517 vehículos vendidos cerró el mercado automotor en 2009 lo que significó una caída del 49,7 por ciento en relación con el año anterior y si lo comparamos con el 2007 año en que se colocaron 491.899 unidades, vemos que en dos años el mercado ha descendido en un 72,2 por ciento. Esto coloca a las empresas en una situación crítica, ya que muchas de ellas habían realizado cuantiosas inversiones contando con un mercado cercano al medio millón de vehículos. Ahora tenemos solamente algo más de la cuarta parte, pero no por la reducción de la demanda, sino por las políticas gubernamentales que han estado orientadas a reducir drásticamente la importación y hasta la producción de vehículos.

Si bien esas políticas estuvieron en teoría orientadas a fortalecer la producción nacional, el resultado de ellas refleja un sentido contrario, al disminuir por segundo año consecutivo el ensamblaje en suelo venezolano. Según las cifras suministradas por CAVENEZ (la cámara que reúne a las ensambladoras), en 2009 se produjeron localmente 11.554 unidades, con una caída del 17,39 por ciento frente las 135.042 del año anterior.

El sector más afectado en esta drástica disminución del mercado fue el de las importadoras, es decir, un 19,4 por ciento del total. Esto como consecuencia de la actual política automotriz que establece la obligatoriedad de obtener una licencia de importación para traer vehículos al país, y por otra parte la renuencia del gobierno de entregar las respectivas licencias a los importadores durante todo el año pasado Perla Salazar. (2010).

### **3. Formas de comercialización del producto**

Los productos serán comercializados a través de una primera tienda directamente al público, talleres y Seguros, las entregas serán realizadas directamente o a través de un transporte que se encargarán de su entrega al cliente según su proporción volumétrica.

También está previsto la creación de un PORTAL WEB a través del cuál se estarán comercializando los productos utilizando diferentes medios de pago entre los cuales se encuentra la tarjeta de crédito o cargo directo en cuenta utilizando el servicio de SWITCHE 7B o MAESTRO. Contra confirmación de pago y facturación.

Se considera que el proyecto entra dentro del grupo de empresas en la República Bolivariana de Venezuela de pequeña y mediana industria. Según la ley de Promoción y desarrollo de la pequeña y mediana Industria en su definición del artículo 5 a los efectos del presente decreto con rango, valor y fuerza de Ley se entiende:

Por pequeña y mediana industria toda unidad organizada jurídicamente, con la finalidad de desarrollar un modelo económico productivo mediante actividades de transformación de materias primas e insumos en bienes industriales elaborados o semi elaborados dirigidas a satisfacer las necesidades de la comunidad. Se considera pequeña industria aquellas que tengan una nomina promedio anual de hasta (50) trabajadores y con una producción anual de hasta (100.000 U.T).

#### **3.1. Definición de la capacidad de Planta**

- Local o inmueble de área en m<sup>2</sup> de 128.
- Estacionamiento para dos vehículos.

- Dos baños.
- Un mueble de mostrador para el intercambio comercial y negociación.
- Un equipo de computación con su respectivo servidor de base de datos.
- Cuatro estantes anaqueles de almacenamiento de piezas pequeñas y medianas.
- Personal: un administrador, 1 persona como asistente y una persona de mantenimiento.

### **3.2. *Definición de la localización para el proyecto***

La localización de un proyecto consiste en analizar las variables denominadas fuerza locacionales con el fin de buscar que la localización juegue un papel preponderante en la ganancias del proyecto al mínimo costos.

En este proyecto de factibilidad se abordarán dos grandes áreas de la localización que son:

#### **Macrolocalización y Microlocalización.**

La Macrolocalización consiste en decidir la zona donde se implantará el proyecto cuyo fin es una actividad comercial, define la zona, región dentro de un territorio determinado.

La Microlocalización define variables técnicas como ampliaciones futuras, mano de obra, impuestos, tipo de terreno, escalas adecuadas debidamente identificadas dentro de una zona determinada, es un estudio minucioso de ubicación.

Para el proyecto objeto de estudio es necesario analizar la

Macrolocalización dentro de la Gran Caracas, siendo la Microlocalización no relevante para este, puesto que por la alta demanda para una baja disponibilidad de las autopartes hay alto índice de desplazamiento o entregar a clientes directos la mercancía a comercializar

A fin de llevar a cabo el mencionado estudio se pondera una serie de características y ratios por el proyectista que sirven de indicador a la hora de tomar la decisión sobre el lugar más apropiado para el desarrollo del proyecto seleccionado, el cual influye en la rentabilidad del proyecto. Estas características, factores o ratios varían de acuerdo a la razón de ser del proyecto, en este deben ser evaluados: materia Prima, Insumos, Mano de obra e infraestructura los cuales aplicaremos la escala según nuestro criterio del 0 al 10 para cada factor y un porcentaje asignado por zona, tal como se muestra a continuación:

Factores	Peso	Boleita Norte	Resultado preliminar	Boleita Sur	Resultado preliminar	El Marques	Resultado preliminar
<b>Materia Prima</b>							
Inventario	10	1	10	1	10	0,8	8
Proveedores	10	0,9	10	1	10	0,7	7
Costos	9	0,7	6,3	0,9	8,1	0,9	8,1
Disponibilidad al mercado meta	9	1	9	1	9	0,6	5,4
<b>Insumos</b>							
Papelería	5	0,8	4	0,9	4,5	0,8	4
Servicios Públicos	7	0,7	4,9	1	7	1	7
Costos	6	0,6	3,6	0,9	5,4	0,9	5,4
Disponibilidad	5	1	5	1	5	0,6	3
<b>Mano de Obra y Regulaciones</b>							
Recursos Humanos	4	0,5	2	0,5	2	0,5	2
Capacitación	3	0,1	0,3	0,1	0,3	0,1	0,3
Regulaciones políticas	7	0,3	2,1	0,3	2,1	0,4	2,8
Impuestos	8	0,4	3,2	0,4	3,2	0,3	2,4
Costos	4	0,5	2	0,5	2	0,2	0,8
Disponibilidad	2	0,4	0,8	0,3	0,6	0,3	0,6
<b>Infraestructura</b>							
Local	7	0,9	6,3	1	7	0,6	4,2
Costos	2	0,8	1,6	0,9	1,8	0,3	0,6
Disponibilidad	2	0,85	1,7	0,9	1,8	1	2
<b>Total factores ponderados</b>	<b>100</b>	<b>Total</b>	<b>71,8</b>	<b>Total</b>	<b>79,8</b>	<b>Total</b>	<b>63,6</b>

**Figura 7: Método de Localización**  
Fuente: Autor (2011)

Según el método de localización es factible ubicar el local de comercialización de Carrocerías del Este en Boleíta Sur por la razones siguientes: proximidad a los proveedores, arrendamiento del local favorable a los inversionistas, identificación de la zona de empresas del rubro y tarifas comerciales de servicios públicos.

## **CAPITULO IV: MARCO METODOLÓGICO**

### **4. Tipo de investigación**

Tal y como se indicó anteriormente éste proyecto busca estudiar la factibilidad técnica y económica de una empresa que se dedique a la venta de carrocerías que se ubique en una zona de la Gran Caracas como punto estratégico de negocio, haciéndose necesaria la aplicación de un estudio de mercado, estudio técnico y estudio financiero que arroje resultados favorables y factibles que den lugar al desarrollo e implantación del mismo.

Con respecto al estudio financiero Sapag y Sapag (2008) presenta este concepto como la “identificación, sistematización y ordenamiento de todos los ítems de inversiones, costos e ingresos que puedan deducirse de estudios previos”. Sin embargo al desarrollar esta etapa también se identifican otros valores financieros propios de este ciclo, (p, 30).

Para ello es de base fundamental evaluar la demanda y oferta del rubro, entorno económico y social, impacto ante la competencia que existe y penetración en el mercado.

Así mismo evaluar las variables financieras de inversión y de retorno de la misma que agreguen valor a la toma de decisión de los inversionistas de la viabilidad o no de este proyecto.

#### **4.1. *Diseño de la investigación:***

El proyecto de Carrocerías del Este se enmarca dentro de la venta, comercialización, distribución y asesoría en autopartes del sector automotriz en Venezuela. Será una empresa dedicada a satisfacer el nicho de repuestos para automotores de las marcas más reconocidas y vendidas en el mercado

venezolano. Atendiendo a necesidades específicas relacionadas con la Carrocería (o comercialización de componentes externos de los vehículos).

#### **4.2. *Formulación de instrumentos de recopilación de la información***

Las técnicas reconocidas para la recolección de información que se aplicaran para este tipo de investigación están relacionadas como ya se indicó con encuestas directas y con consultas a fuentes primarias y secundarias, en casos extremos en los cuales no es posible su consecución a través de las antes mencionadas.

1. Expertos en el área, una de las fuentes determinantes para la realización de esta investigación está basada en la consulta “Juicio Experto” a las personas que se tienen en esta área, dichos expertos forman parte de la misma iniciativa y son asociados de negocios que participarán en la inversión, estas personas tienen trabajando en la industria de los repuestos por más de 10 años y también formarán parte de nuestros proveedores. La información de movimiento de los repuestos, de cuales son o podrían ser los más rentables y los volúmenes iniciales para la venta, fueron derivados de las experiencias que poseen estas personas en sus ámbitos respectivos. Han sido por ende los puntos principales de consulta y toma de decisiones para la adquisición del inventario y forma de operación en Caracas.

2. Consultas directas a los consumidores para la obtención de información relacionada con sus hábitos de consumo, relacionadas a las condiciones del mercado actual que nos permitan apuntalar la estrategia. Derivado de esta consulta a una muestra de 200 personas en total hemos sacado como conclusión lo que desea el comprador de a pié y las principales complicaciones que enfrenta a la hora de adquirir algún bien o servicio relacionado con la reparación de su automóvil.

3. Consultas directas a los talleres mecánicos también para la obtención de información relacionada con los precios de los productos y aquellos que más requieren para su operación e información relacionada con sus hábitos de consumo.

4. Consultas directas a las compañías de Seguros más reconocidas, fueron consultadas tres empresas de Seguros que debemos mantener en el anonimato para esta investigación, esta información será muy valiosa porque pretendemos con ella conocer cuáles son los vehículos que se encuentran actualmente en el mercado venezolano y su nivel de siniestralidad así como aquellas piezas y repuestos que son más demandados por el mercado venezolano sin dejar fuera de todo esto la forma y estrategias de compra a proveedores de estas empresas, esto nos permitirá apuntalar también nuestra estrategia de compra de bienes y hacer disponible los servicios que ayuden a estas compañías a obtener lo que requieren para atender a sus clientes a tiempo y con los productos indicados por ellos mismos y las necesidades derivadas del tipo de siniestro.

5. Consultas directas a la competencia, a partir de estas se hicieron las investigaciones de costos y precios comparativos para determinar el mejor precio y relación costo beneficio de los productos a ser ofrecidos en la tienda, fueron investigados cuatro (4) competidores de la misma zona a fin de determinar en conjunto con los proveedores el precio final de cada producto de manera de establecer la mejor competitividad y relación en cuanto al precio final.

6. Consultas a organismos especializados o cámaras de comercio relacionadas con el área como: CAVENEZ, CANIDRA y otras, éstas nos servirán para complementar nuestra justificación de inversión obteniendo las estadísticas necesarias para también preveer los inventarios y definir los productos que más se requerirán en nuestra iniciativa. Esta información es

determinante en cuanto a las marcas de repuestos con las cuales debemos contar en el establecimiento.

### **4.3. Descripción de instrumentos de recolección de datos**

Para la recolección de los datos para esta investigación como ya se dijo, se realizarán encuestas que nos ayudan a determinar: qué repuestos se requieren con mayor insistencia, qué modelos y marcas de vehículos son los más vendidos, que años de vehículos encontraremos en el mercado venezolano, todas estas que nos permitirán enfocarnos en aquello que será nuestro producto.

Adicionalmente se hicieron entrevistas con personas con amplio recorrido en el negocio de los repuestos que serán asociados de esta iniciativa y adicionales a ellos también contaremos con las recomendaciones de los proveedores respecto al comportamiento del consumo de los productos que ellos mismos nos plantean, al conocer ellos mismos el tipo de comercialización que se debe ejercer para su venta.

Para la consulta a los competidores nos creamos un caso ficticio de necesidad de repuestos para la reparación de dos vehículos en particular el Aveo y el Optra, con los mismos tipos de repuesto y pasamos telefónicamente o por correo la solicitud de un presupuesto para la reparación a los cuatro proveedores que se encontraban en la zona, los cuales indicaron los precios de los repuestos para la reparación de los automóviles.

De esta manera y adicionalmente a los costos provistos por los cuatro proveedores de repuestos de carrocerías logramos contar con un precio y ganancias competitivas para poder ubicarnos inicialmente y ser al mismo tiempo un proveedor competitivo al inicio de la inversión.

La muestra de las encuestas a las cuales se hace mención están descritas en el Anexo 1 del presente trabajo de grado.

## **CAPITULO V: Desarrollo del Proyecto**

### **5. Estudio de Mercado del Proyecto**

Una forma estudiar y analizar el comportamiento de consumidores de bienes y servicios, es la aplicación de técnicas y metodologías de medición que permiten al emprendedor evaluar el impacto y aceptación que éste tendrá una vez se lleve a cabo el proyecto, razón por la cual es de suma importancia ya que se relaciona con la necesidad, inversión, alcance y desarrollo del mismo.

Según Philip Kotler (1999) el estudio de mercado “consiste en diseñar y obtener la comunicación sistemática de los datos y resultados pertinentes, para una situación específica de mercadotecnia de la compañía”, (p.91) para lo cual deben plantearse los siguientes objetivos en su ejecución: ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha, determinar la cantidad de bienes o servicios que la comunidad esté dispuesto a adquirir, determinar los medios en que llegan esos bienes y servicios a los usuarios e identificar los riesgos del inversionista en base a los resultados, si es aceptado o no.

Un estudio de mercado, según Baca, G. (2001) “busca determinar la cuantificación de la oferta, demanda, precios y competencia, cuya finalidad es analizar la penetración en el mercado, su posicionamiento y sus posibles riesgos”, (p,16).

El estudio de mercado orienta y proyecta el tipo de clientes interesados en los productos a ofrecer, precio apropiado y medir la competencia, o bien imponer un nuevo precio o producto. La aplicación de un estudio de mercado dimensiona el tamaño del negocio, con las previsiones correspondientes para las ampliaciones posteriores, consecuentes del crecimiento esperado de la empresa.

Para Philip Kotler, David Bloom y Hayes, (2005) el **estudio de mercado** "consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización"

En este proyecto de factibilidad para contemplar el estudio de mercado desde dos puntos de vista se plantearon dos escenarios de análisis: Cuantitativo y cualitativo, obtenido de información primaria a través de visitas y entrevistas directamente con quienes consideramos que serían nuestros clientes potenciales: aseguradoras y talleres autorizados. Numero de Comercios de la competencia ubicados en Boleíta Sur del Municipio Sucre estado Miranda.

### **Resultados:**

- Autopartes Nafta C.A.
- Toledo autopartes y Accesorios C.A.
- Información estadística confidencial de aseguradoras de las marcas y modelos más siniestradas 2009 -2010.

Gama de componentes de carrocerías y autopartes de cara a la competencia, esto basado en todas las marcas haciendo énfasis en las marcas de mayor demanda

## **5.1. Análisis Cualitativos**

### **5.1.1. Entrevista personal en Talleres Autorizados y empresas de seguros:**

Éstos dos grupos en primer momento son mercado potencial, es por ello que se requiere validar la alta penetración y negociación, la

apertura a clientes de este tipo son de suma importancia para definir la gama de autopartes y repuestos en cuanto a marcas y piezas de mayor demanda, así como el nivel ofertado de las mismas.

### **Resultados:**

En los talleres visitados afirman que sus proveedores principales son las empresas aseguradoras a quienes cubren servicio automotriz, alegando a los asegurados y talleres que son autopartes y carrocerías de la marca original. No obstante ellos recomiendan a los clientes particulares, proveedores de piezas de alta calidad de origen asiático cuando éstas no llegan previa la fecha indicada o no hay garantías de que se entregue el vehículo a corto plazo, 3 de cada 5 clientes aceptan la recomendaciones y se arriesgan a comprar autopartes a proveedores de la rama, sus razones expuestas son: el fácil acceso, entrega en menor tiempo del vehículo, razones de seguridad y comodidad. Cabe destacar que el factor precio no es determinante en esta fase pues lo importante es conseguir la pieza para minimizar demoras de entregas. Las empresas de autopartes manejan en mayor proporción piezas de origen asiático que marcas originales por el fácil acceso y entregas y calidad tanto a particulares como aseguradoras. Esta área de investigación afirma la alta aceptación hacia los productos que se quieren insertar en el mercado en este proyecto.

### **5.1.2. Comportamiento del Consumidor**

Ante marcas de autopartes y componentes de carrocerías de mayor demanda

Analizar el comportamiento del consumidor en cuanto a: Modelo y marca de vehículo de su preferencia; rechazo hacia otras

marcas, si considera repuestos de la marca para efectos de reparación, si son de fácil acceso. En base a esto se desea evaluar factores psicológicos y de conducta del consumidor ante los productos, hábitos de compra, además de lo mencionado permitiría segmentar el tipo de mercado si es potencial, meta o real.

### **Resultados:**

En Venezuela según señala CAVENEZ los autos de mayor demanda son los de la marca Chevrolet y Ford, en su respectiva gama de modelos, así mismo por su alta demanda en repuestos para reparaciones resultado de una colisión. La conducta del consumidor responde a que parte de sus intereses en la marca es por el fácil acceso a repuestos. Se observa alta disponibilidad a aceptar otros proveedores que no sean originales pero sí de alta calidad a través de la recomendación por agentes especializados en este caso (talleres), caso contrario lo que sucede con Nisa, Mazda, Toyota o marcas europeas donde el cliente es más exigente en alto porcentaje a las originales, pese al tema de las importaciones en Venezuela.

### **5.1.3. Canales de distribución y Ofertas a clientes potenciales**

Formas de negociación de la competencia con sus proveedores, como el pronto pago, entregas, descuentos y disponibilidad de las marcas deseadas.

### **Resultados:**

La competencia tiene de media a baja relación con las marcas originales, por razones de precio e importación, sin embargo consideran otros proveedores comerciales como los asiáticos o

coreanos de marcas reconocidas compras al mayor y detal garantizándose la calidad como elemento clave para mantener la fidelidad comercial. En otros casos aceptan proveedores sin altas restricciones de precio debido a la alta demanda de vehículos siniestrados en taller, los cuales desean entregar en tiempo previsto de igual manera tomando en cuenta durabilidad, exactitud en mediciones y colores, matidez, percusión.

En cuanto a canales de distribución, es entrega directa en almacén de repuestos de seguros, al mayor y a detal para clientes particulares. Se prevé un transporte por el método de contrataciones a destajo para la entrega al cliente de los productos, el transportista se encargará de preveer el tamaño de la unidad en función de la mercancía o repuestos a entregar.

#### **5.1.4. Atención al cliente y asesoría**

Es común que este tipo de comercios no tomen en cuenta éste elemento clave de éxito, pues estadísticamente se dice que los clientes bien atendidos en pre venta y post venta, presentan alta probabilidad que regresen y nuevamente realicen una gestión de compra, de igual manera la asesoría en repuestos y partes para aquel cliente que las desconozca representa un argumento de valor que atrae al cliente en su próxima compra.

#### **Resultados:**

El buen trato a los clientes, es uno de los elementos diferenciadores en este tipo de nicho siendo que la mayoría se limita a dar la información básica y despachar, en algunos casos no se manifiesta la preocupación por la atención al cliente natural o taller mecánico porque este compra en condiciones diferentes e inferiores a

las condiciones de una aseguradora.

## **5.2. Situación del mercado venezolano actual**

El sector de autopartes, bien sea por vía de la importación o la distribución de repuestos, agrupa unas 300 empresas a nivel nacional, bajo la directriz de CANIDRA (Cámara de Importadores y Distribuidores de Repuestos Automotrices o la Cámara Nacional de Comercio de Autopartes). La Cámara afirmó en el año 2007, que el parque automotor venezolano lo constituían más 4.052.959 vehículos, hoy se estima con cifras del 2009 y según el Ministerio de Obras Públicas y Vivienda, MOPVI, que dicha cifra se ubica en más de 5.660.664 de vehículos. Estos números indican que el consumo promedio anual de repuestos que había sido hasta hace tres años de 400 dólares por automóviles (CANIDRA), hoy en definitiva sea más alto, dado que los costes de inflación, entre otros, no se detienen.

Esto en principio supone que las características económicas del mercado en Venezuela lucen bastante atractivas para las empresas del ramo, pues el volumen de más de 20 millardos de dólares anuales según CANIDRA, debería ser suficiente para cubrir las expectativas de negocios y abastecer las necesidades del sector, aún cuando el contraste con la comercialización internacional de autopartes en otras partes del mundo se proyecte sobre más de 700 millardos de dólares anuales.

Por otra parte, las características económicas del mercado también se muestran interesantes cuando se toma en cuenta al volumen de consumo de repuestos, específicamente en la Gran Caracas, pues las cifras muestran que el aumento de autopartes también va en aumento, dada la incorporación constante de cantidades de vehículos al parque automotor. Para el año 2009, 1.227.135 vehículos circulantes se encontraban en el escenario de la alta incidencia de accidentes, lo cual implicó desde entonces el consumo de

cantidades importantes de autopartes, esto proyecta una situación atractiva a futuro para nuestro proyecto.

En consecuencia, los altos índices de accidentes de tránsito reportados anualmente son indicadores correlativos de las altas demandas de consumo de autopartes en Venezuela. En el último reporte publicado en el año 2005 por el Cuerpo Técnico de Vigilancia de Tránsito y Transporte Terrestre, CTVTTT, se informó que los accidentes en todo el territorio superaron los 80.000, con más de 4.000 muertos y 20.000 lesionados. Sin duda, parte de estos 80.000 accidentes correspondieron a demandas de autopartes, y dado que hoy estas cifras lamentables no han mejorado, se anticipa que el aumento de los costos asociados a estos accidentes y a la demanda de autopartes siga creciendo, incluso en la Gran Caracas.

En resumen, los accidentes de tránsito constituyen un problema en Venezuela por el impacto negativo en la salud, los costos y porque las tendencias presentes indican que para los próximos años habrá un aumento significativo en la demanda de autopartes. El perfil de la evolución de la industria induce a pensar que los altos precios de las autopartes y las contingencias en la disponibilidad segura de las autopartes a precios competitivos en el mercado actual, se constituye en un serio desafío para el bolsillo de todas las casas aseguradoras, los talleres y los dueños de vehículos particulares.

Por eso, es fundamental hacer este diagnóstico y conocer la situación actual del mercado de autopartes en la Gran Caracas de modo que se encare con esfuerzos y acciones el esclarecimiento de la factibilidad de un modelo novedoso de negocios. Si bien el problema del tráfico y la congestión en Caracas aparentan no tener una solución inmediata, tampoco lo tienen los problemas de los accidentes de tránsito, ni la necesidad de compra de autopartes. El estímulo del uso vehicular apoyado por una gasolina

subsidiada más barata que un litro de agua, la deficiente planificación vial que ha permanecido inalterable desde los años 70 del siglo pasado, el alto porcentaje de vehículos viejos, más de 64%, con más de 20 años de circulación que requieren reemplazos de partes con mayor frecuencia, junto a la actitud “accidental” de los conductores, la cual es más ofensiva que defensiva, muestran que el mercado de autopartes venezolano seguirá en aumento debido a su accidentalidad y siniestralidad.

### 5.2.1. Los más vendidos

El Chevrolet Aveo finalmente fue el carro más vendido durante el 2009 con 12.307 unidades colocadas, seguido muy de cerca por el Optra, también de Chevrolet, con 12.230 ventas. El Ford Fiesta ocupó el tercer puesto con 10.924 vehículos colocados y le siguió el camión Ford F-350 que con 8.113 ventas se colocó como el cuarto modelo más exitoso en el mercado nacional y el primero en la categoría de los vehículos comerciales.

#### Lista de vehículos más vendidos hasta septiembre 2010

Marca/Modelo	Vendidos	Producidos
Chevrolet Aveo	12.024	11.301
Ford Fiesta	8.322	8.486
Chevrolet Optra	7.732	8.243
Ford F-350	5.997	5.901
Chevrolet Spark	5.450	5.398
Chevrolet NPR	4.766	5.435
Ford Explorer (Limited)	4.717	4.956
Jeep Grand Cherokee (Limited)	4.256	4.250
Toyota Corolla	4.023	4.421
Jeep Cherokee	3.743	3.808
Toyota Hilux	2.277	2.316
Dodge Caliber	1.971	1.974

**Figura 8: Vehículos más Vendidos hasta Septiembre 2010**  
**Fuente: Cámara Automotriz de Venezuela (CAVENEZ)**

Estos son datos reales que parecen confirmar que la iniciativa podría ser válida por las siguientes razones:

- Los precios de los vehículos cada vez más en alza
- La baja importación
- La poca disponibilidad local ya que existen plantas que han cerrado y otras han salido de Venezuela
- El alto índice de siniestralidad
- La gran cantidad de vehículos con más de cinco años en circulación en el país

Todo esto denota que los consumidores seguirán teniendo sus automóviles por más tiempo y requieren repuestos para reparaciones menores y reparaciones en caso de accidentes en la vía.

### **5.2.2. Los más siniestrados**

Según información de tipo primaria obtenida de empresas aseguradoras quienes nos aportaron la información condicionada a mantener en grado de confidencialidad la misma las cifras que se muestran a continuación muestran los autos de mayor siniestralidad y por ende las carrocerías y repuestos que mayor demanda tienen y lo complicado de su disponibilidad.

Esta información complementa la investigación que se hizo en talleres autorizados y otras aseguradoras que es su mayoría coinciden en la marca y carrocerías de mayor demanda, lo que denota al mismo tiempo un mercado insatisfecho que Carrocerías del Este, C.A. puede cautivar.

A continuación se ofrecen los resultados de tipo primario que sustenta lo anteriormente mencionado:

Modelo	Casos	%
<b>Aveo</b>	7.616	18,29%
<b>Optra</b>	4.050	9,72%
<b>Ford Fiesta</b>	1.627	5,87%
<b>Ford 3 50</b>	1.588	5,72%
<b>Terios</b>	2.466	17,98%
<b>Corolla</b>	1.889	13,77%
<b>Spark</b>	1.775	4,26%
<b>Ford Explorer</b>	2.767	9,97%
<b>Jeep Cherokee</b>	1.753	4,31%
<b>Toyota Hilux</b>	1.216	8,86%
<b>Dodge Caliber</b>	508	1,25%

**Figura 9: Vehículos más Siniestrados**  
Fuente: Empresas de Seguro (2011)

### **5.3. Estructura general del Estudio de mercado**

**Análisis de la Oferta:** Existe una oferta quebrantada por los efectos de las importaciones en Venezuela, no hay liquidación de divisas, barreras arancelarias que impactan en los precios, entregas en migración retrasadas o no despachadas y la demanda sobrepasa la existencia en el mercado. En cuanto a localización hay un número atractivo de talleres medianos y pequeños que penetran en la zona, habría que plantearse una estrategia atractiva de negocio y disponibilidad y entregas de autopartes a corto plazo; el factor tiempo juega un papel importante en este negocio.

#### **5.3.1. Análisis de la Demanda**

El alto número de siniestros de la región capital endosa un alto número de vehículos en reparación, aunado a esto el tipo de lata o metal con que se fabrican estos vehículos tiende a deteriora inclusive otras partes adyacentes a la gama de carrocería, si bien es cierto el estilo de vida de la

ciudad caraqueña induce al ciudadano común por razones de seguridad y status a trasladarse de un lado a otro con su vehículo particular así que es un medio de alta dependencia, estas razones lo llevan a repararlo prontamente, sin embargo los talleres autorizados y los no autorizados por aseguradoras presentan una alta demanda con bajas ofertas determinándose una demanda insatisfecha.

A continuación se provee una figura que muestra el total de casos que justifican su demanda para una aseguradora de la cual no podemos mencionar su nombre. De un total de 17.103 casos se corresponde un porcentaje de siniestralidad de la pieza de carrocería que permite tomar decisiones sobre el tipo de repuesto que se debe poseer para inventario.

<b>CARROCERIA</b>	<b>CASOS</b>	<b>%</b>
Parachoque trasero	2.256,00	13,19
parachoque delantero	3.612,00	21,12
Faro delantero derecho	692,00	4,05
Faro izquierdo	692,00	4,05
Stop Derecho	1.628,00	9,52
Stop izquierdo	1.797,00	10,51
Capot	1.272,00	7,44
Faro neblina derecho	677,00	3,96
Faro neblina izquierdo	638,00	3,73
Retrovisor derecho	511,00	2,99
Guardafango delantero derecho	548,00	3,20
Guardafango delantero izquier	898,00	5,25
Cocuyo derecho	194,00	1,13
Cocuyo izquierdo	222,00	1,30
Parrilla	1.466,00	8,57

**Figura 10: Siniestralidad en Automóviles**  
**Fuente: Empresas de Seguro (2012)**

### **5.3.2. Análisis de Precios**

El precio de la autoparte NO es un factor determinante que condiciona su compra, esto aplica para aquellas autopartes que no son fáciles de encontrar siendo las aseguradoras las que toman la decisión de compra sin

condicionamiento al precio a fin de satisfacer el cliente atendido y el que se encuentra en espera por servicio y entrega. Previamente se puede identificar elasticidad en los precio de la demanda, lo que puede afectar de forma positiva los márgenes de rentabilidad.

### **5.3.3. Análisis de la Comercialización**

El movimiento entre la oferta y la demanda se basa en la disponibilidad de la carrocería, aspecto básico para penetrar la zona u otras que tengan demanda insatisfecha. La ubicación se considera estratégica y poco riesgosa puesto que hay un gran número de talleres localizados en la zona, además de ser este un sector históricamente reconocido como propicio para éste tipo de intercambio comercial.

## **6. Estudio Técnico del Proyecto**

### **6.1. Metodología utilizada**

De acuerdo con Balestrini (2001) en el marco metodológico se introducirán anticipadamente los diversos procedimientos técnicos – operacionales más apropiados para recolectar, analizar y presentar datos, con la finalidad de cumplir con el propósito general de la investigación planteada, (p, 129)

La segmentación del mercado juega un papel muy amplio en la planificación y gestión de un proyecto.

Según Philip Kotler y Gary Amstrong (2003) un **segmento de mercado** se define como *"un grupo de consumidores que responden de forma similar a un conjunto determinado de esfuerzos de marketing "*

Cabe destacar que la segmentación busca estudiar un grupo de consumidores con características similares que los diferencien de otros

grupos o segmentos, tales características comunes pueden ser: ubicación geográfica, precios a pagar, zona de venta y comercialización, marcas de su preferencia. La segmentación en este proyecto está completamente relacionada con el índice de siniestralidad en la Gran Caracas en relación al volumen de vehículos, comportamiento de consumidor y volumen de negociación. En efecto como el objetivo principal es la obtención de un margen de utilidad alta, alta participación y posicionamiento es importante evaluar si es posible segmentar en base a marcas de vehículos y auto partes como un nicho.

Para llevar a cabo este estudio se plantea segmentar a la población en tres grupos, población general, empresas de seguros y talleres autorizados.

## **6.2. Segmentación**

### **6.2.1. Compradores o personas naturales**

Este tipo de cliente compraría piezas al detal yendo directamente al establecimiento ofrecido para tal fin con disponibilidad inmediata del producto.

### **6.2.2. Empresas de seguros y talleres autorizados**

Estos clientes buscan disponibilidad, compras al mayor y precios competitivos puestos directamente en sus establecimientos además de financiamiento y pronto pago que se adapten a sus procesos de compras y pagos.

### **6.2.3. Identificación de cada producto**

En la empresa a desarrollar se tendrán productos que coinciden con autopartes que conforman una carrocería y estos serán los que estaremos comercializando en base a la demanda anteriormente expuesta de estos

productos, para mayor información al respecto referirse al ANEXO 1 de este Proyecto de factibilidad.

Se plantea comercializar venta directa a personas naturales a través de una venta directa y un venta a crédito de máximo 45 días a aseguradoras y talleres con un máximo de 10% de descuento.

#### **6.2.4. Análisis de la Competencia**

Dentro de los establecimientos que se encuentren en la Zona hemos corroborado que las siguientes son los que identificamos que podrían afectar directamente y que actuarán como competencia basado en que vende el mismo tipo de producto y dan un servicio parecido al que queremos dar, se encuentran los siguientes (Boleíta y su periferia):

<b>Repuestero</b>	<b>Dirección</b>
IMPORTACIONES EMPAMOTRIZ	Avenida las palmas Curce con 3era transversal Local 401-90. Boleíta Sur.
ORG. COM. AUTO REP.C.A -OCA	Av. Francisco de Miranda. Frente Renta Municipal. Boleíta.
REPUESTOS BOLEÏTA	Esquina Santa Ana. Avenida Francisco de Miranda. Boleíta.
AUTOPARTES NAFTA	Avenida Las Palmas, Boleíta Sur
TOLEDO AUTOPARTES Y ACCESORIOS.	Av..Rómulo Gallegos. Edf. Toledo. El Marqués.

**Figura 11: Análisis Competencia Local**  
**Fuente: Autor (2012)**

#### **Precios de cada producto**

Sapag y Sapag (1995) afirma en su ejemplar, que la teoría económica indica que la relación funcional entre precio y cantidad demandada es inversa, es decir, al subir el precio disminuye la cantidad demandada, teoría que está estrechamente relacionada con los llamados bienes “normales”, que aplican completamente a este tipo de productos en los cuales tenemos competencias basadas inclusive al mismo tipo de producto en particular

adquirido al mismo proveedor y cuyo precio dependerá de la cantidad de producto adquirida en caso de no tener importación, que es el caso de esta iniciativa de inversión

En el Anexo D se presentan como referencia los productos que se estarán ofreciendo y que serán parte del inventario que se tendrá en la tienda desde su comienzo, adicionalmente están los precios para cada producto tomando como base la competencia.

### **6.2.5. Proyecciones para los precios de productos a 5 años**

Se están haciendo los cálculos basados en la fuente de datos estadísticos de ECOANALÍTICA para los años 2012 al 2016 tomando en cuenta el Núcleo Inflacionario - Caracas (%), correspondiente al Informe de Perspectivas cuarto trimestre, pág.66. Dichos cálculos están siendo reflejados también en los precios de cada producto y se reflejan en el Anexo D como "Precios para cada producto tomando como base la competencia".

#### **% Inflación para los siguientes 5 años**

**2012 = 29,5%; 2013 = 30,5%; 2014 = 36,6%; 2015 = 28,4%; 2016 = 23,3%**

**Fuente: Ecoanalítica (2012)**

### **6.3. Formas de comercialización del producto**

Según Philip Kotler (2005) el sistema de comercialización de la empresa está destinado a planificar, fijar precios, promover y ofrecer productos y servicios que satisfagan las necesidades de los consumidores actuales y potenciales, pretendiendo como objetivo principal aumentar la cuota del mercado, la rentabilidad y las cifras de venta. También busca analizar las

oportunidades del mercado y garantizar el cumplimiento de los objetivos comerciales. Se debe tomar en cuenta aspectos como:

1. Crecimiento demográfico
2. Renta por habitante
3. Demanda de bienes complementarios
4. Objetivos y estrategias de los competidores que afecten la reacción de las ventas.
5. Decisiones estratégicas de la empresa referente a los servicios a ofrecer
6. Decisión operativa referente a los precios, producto y publicidad.
7. Comportamiento del consumidor, permitiendo analizar la incidencia que tienen las ventas cuando cambian aspectos como: competencia, decisiones estratégicas y tácticas.

Estos ítems mencionados se integran al conocimiento del mercado y sus reacciones ante los diferentes estímulos comerciales, lo cual la empresa debe monitorear para garantizar el cumplimiento de objetivos.

Los productos serán comercializados a través de una primera tienda directamente al público, talleres y Seguros, las entregas serán realizadas directamente o a través de un transporte que se encargarán de su entrega al cliente según su proporción volumétrica.

También está previsto la creación de un PORTAL WEB a través del cuál se estarán comercializando los productos utilizando diferentes medios de pago entre los cuales se encuentra la tarjeta de crédito o cargo directo en cuenta utilizando el servicio de SWITCHE 7B o MAESTRO. Contra

confirmación de pago y facturación.

#### **6.4. Pormenores técnicos para su ubicación y capacidad**

##### **6.4.1. Tamaño y Localización**

Se considera que el proyecto entra dentro del grupo de empresas en la Republica Bolivariana de Venezuela de pequeña y mediana industria. Según la ley de Promoción y desarrollo de la pequeña y mediana Industria en su definición del artículo 5 a los efectos del presente decreto con rango, valor y fuerza de Ley se entiende:

Por pequeña y mediana industria toda unidad organizada jurídicamente, con la finalidad de desarrollar un modelo económico productivo mediante actividades de transformación de materias primas e insumos en bienes industriales elaborados o semi elaborados dirigidas a satisfacer las necesidades de la comunidad. Se considera pequeña industria aquellas que tengan una nomina promedio anual de hasta (50) trabajadores y con una producción anual de hasta (100.000 U.T).

##### **6.4.2. Definición de la capacidad de Planta**

- Local o inmueble de área en m<sup>2</sup> de 128.
- Estacionamiento para dos vehículos.
- Dos baños.
- Un mueble de mostrador para el intercambio comercial y negociación.
- Un equipo de computación con su respectivo servidor de base de datos.

- Ocho estantes anaqueles de almacenamiento de piezas pequeñas y medianas.
- Personal: un administrador, 1 persona como asistente y una persona de mantenimiento.

### **6.4.3. Definición de la localización para el proyecto**

La localización de un proyecto consiste en analizar las variables denominadas fuerza locacionales con el fin de buscar que la localización juegue un papel preponderante en la ganancias del proyecto al mínimo costos.

En los proyectos de factibilidad, técnicamente abordan 2 grandes aéreas de la localización que son:

#### **Macrolocalización y Microlocalización.**

La Macrolocalización consiste en decidir la zona donde se implantará el proyecto cuyo fin es una actividad comercial, define la zona, región dentro de un territorio determinado.

La Microlocalización define variables técnicas como ampliaciones futuras, mano de obra, impuestos, tipo de terreno, escalas adecuadas debidamente identificadas dentro de una zona determinada, es un estudio minucioso de ubicación.

Para el proyecto objeto de estudio es necesario analizar la Macrolocalización dentro de la Gran Caracas, siendo la Microlocalización no relevante para este, puesto que por la alta demanda para una baja disponibilidad de las autopartes hay alto índice de desplazamiento o entregar a clientes directos la mercancía a comercializar

A fin de llevar a cabo el mencionado estudio se pondera una serie de características y ratios por el proyectista que sirven de indicador a la hora de tomar la decisión sobre el lugar más apropiado para el desarrollo del proyecto seleccionado, el cual influye en la rentabilidad del proyecto. Estas características, factores o ratios varían de acuerdo a la razón de ser del proyecto, en este deben ser evaluados: materia Prima, Insumos, Mano de obra e infraestructura los cuales aplicaremos la escala según nuestro criterio del 0 al 10 para cada factor y un porcentaje asignado por zona, tal como se muestra a continuación:

Factores	Peso	Boleita Norte	Resultado preliminar	Boleita Sur	Resultado preliminar	EI Marques	Resultado preliminar
<b>Materia Prima</b>							
Inventario	10	1	10	1	10	0,8	8
Proveedores	10	0,9	10	1	10	0,7	7
Costos	9	0,7	6,3	0,9	8,1	0,9	8,1
Disponibilidad al mercado meta	9	1	9	1	9	0,6	5,4
<b>Insumos</b>							
Papelería	5	0,8	4	0,9	4,5	0,8	4
Servicios Públicos	7	0,7	4,9	1	7	1	7
Costos	6	0,6	3,6	0,9	5,4	0,9	5,4
Disponibilidad	5	1	5	1	5	0,6	3
<b>Mano de Obra y Regulaciones</b>							
Recursos Humanos	4	0,5	2	0,5	2	0,5	2
Capacitación	3	0,1	0,3	0,1	0,3	0,1	0,3
Regulaciones políticas	7	0,3	2,1	0,3	2,1	0,4	2,8
Impuestos	8	0,4	3,2	0,4	3,2	0,3	2,4
Costos	4	0,5	2	0,5	2	0,2	0,8
Disponibilidad	2	0,4	0,8	0,3	0,6	0,3	0,6
<b>Infraestructura</b>							
Local	7	0,9	6,3	1	7	0,6	4,2
Costos	2	0,8	1,6	0,9	1,8	0,3	0,6
Disponibilidad	2	0,85	1,7	0,9	1,8	1	2
<b>Total factores ponderados</b>	<b>100</b>	<b>Total</b>	<b>71,8</b>	<b>Total</b>	<b>79,8</b>	<b>Total</b>	<b>63,6</b>

**Figura 12: Localización del Primer Local Comercial**

**Fuente: Autor (2012)**

Según el método de localización es factible ubicar el local de comercialización de Carrocerías del Este en Boleíta Sur por la razones siguientes: proximidad a los proveedores, arrendamiento del local favorable a los inversionistas, identificación de la zona de empresas del rubro y tarifas comerciales de servicios públicos.

## **6.5. Ingeniería del Proyecto**

### **6.5.1. Descripción de las alternativas de proceso y tecnologías**

En cuanto a las alternativas se plantea lo siguiente:

#### **De cara a clientes naturales y jurídicos**

- Visita física a la tienda por parte de clientes naturales y jurídicos, solicitando la (s) cantidad (es) de carrocerías necesarias, las marcas y precios.

- Visita virtual a través del portal [www.carroceriasdeleste.com.ve](http://www.carroceriasdeleste.com.ve) el cual puede solicitar presupuesto y hacer compras on line, la entrega tendría un costo adicional, va depender de las cantidades y tamaño. Se estima un motorizado que haga las entregas y dependiente de la volumetría de la o las piezas a ser entregadas se contrataría por entrega el transporte respectivo.

- Manejo de cartera de clientes (aseguradoras y talleres autorizados) de las marcas solicitadas a través de llamadas, tarjetas de presentación, prensa y “flyers” o panfletos, realizadas por los accionistas ofreciendo las marcas, disponibilidad y calidad.

#### **De cara a los proveedores**

Se han seleccionado cuatro importadores de carrocerías que manejan precios favorables por cantidad de pedido y marcas seleccionadas, se genera la orden de compra, se transfiere el pago y entrega en 24 horas de las partes solicitadas.

Para ambos casos tanto para entradas y salidas se contará con una base de datos que tendrá actualizado el inventario disponible, faltante y el no vendido de tal forma que se controle de manera efectiva la rotación del mismo.

### 6.6. Justificación del proceso seleccionado

Es el proceso más efectivo y conocido para el intercambio comercial de las carrocías. Una vez se logre posicionarse en el mercado se podría dejar de aplicar la tercera alternativa de cara a los clientes.

La idea es siempre ir captando mayor mercado, y eso lo aporta el cumplimiento de entregas, y disponibilidad el cual va depender de la relación proveedor – Carrocías del Este manejen.

#### 6.6.1. Impacto ambiental

MATRIZ DE LEOPOLD CARROCERIAS DEL ESTE C.A	ECOLOGICOS						MOBILIZACIÓN						RECURSOS FINANCIEROS			
	CAUSA			EFECTO			RUIDO	CONTAMINACIÓN AMBIENTAL			VIALIDAD	ESTACIONAMIENTO			IMPUESTOS Y PATENTES	
FACTORES ECOLOGICOS	I	E	T	I	E	T	I	E	T	I	E	T	I	E	T	
Generación de ruidos	1	1	3													
Recolección de desechos				1	1	3										
FACTORES URBANOS																
Tránsito vehicular							3	2	8	3	2	8	1	1	3	
Interrupción del tráfico							2	1								
FACTORES GUBERNAMENTALES																
Pago de impuestos													3	3	9	



Figura 13: Posible Impacto Ambiental  
Fuente: Autor (2012)

## **7. Análisis económico- financiero**

Se evidencia un mercado insatisfecho por la carencia de autopartes, esto conlleva a una necesidad de satisfacer la demanda tanto en personas naturales como jurídicas, razón por la cual surge este proyecto que quiere en primer lugar satisfacer este mercado, basado en la venta de autopartes de alta calidad que sustituya piezas originales cuando estas no se encuentren disponibles bien sea por causas de importación vinculadas con leyes gubernamentales o el alto costo de los mismos, además del aprovechamiento de las relaciones que el país está teniendo con países asiáticos, esto permitirá tener una tendencia a dichos repuestos y mejores garantías de su disponibilidad en el país, dando como resultado una solución a clientes en menor tiempo y rentabilidad a los socios.

### **7.1. *Estimación del costo total escenario más viable***

La estimación de los costos del proyecto son la proporción de capital destinada a la puesta en marcha del mismo, tomando en cuenta que dicho valor debe ser inferior a los ingresos que pueda generar, en un tiempo determinado, la información de esta base monetaria se extrae de entrevistas a personas dedicadas a este rubro e información básica gubernamental.

En esta etapa se incluyen los gastos administrativos, propaganda, capital social e inventario.

## Costo de Mobiliario y Equipos

<b>COSTO DE EQUIPO - MOBILIARIO - VARIOS</b>			
<b>CANT.</b>	<b>CONCEPTO</b>	<b>Precio Unitario Bs.F</b>	<b>Precio Total Bs.F</b>
1	Mostrador	10.500,00	10.500,00
4	Estantería	4.000,00	16.000,00
1	Escritorio	1.500,00	1.500,00
1	Sillas	2.100,00	2.100,00
1	Archivo	1.200,00	1.200,00
1	Teléfono Multifuncional	1.380,00	1.380,00
1	Servidor para Base de Datos y computadora	7.000,00	7.000,00
1	Impresora multifuncional	800	800,00
1	Dispensador de bebida	1.200,00	1.200,00
1	Papelería por 3 meses	1.500,00	1.500,00
1	Sistema Anti-incendio	7.500,00	7.500,00
1	Portal web	4.000,00	4.000,00
10	Franelas	150,00	1.500,00
500	Flyers	15	7.500,00
1	Derecho de propaganda	1500	1.500,00
1	Aviso del Local	10.000,00	10.000,00
1	Aire acondicionado e instalación	10.000,00	10.000,00
	<b>TOTAL COSTO DE EQUIPO Y MOBILIARIOS</b>	64.345,00	85.180,00

**Figura 14: Costo de Mobiliario y Equipos**  
Fuente: Autor (2012)

## 7.2. Capital de trabajo

Según A. Redondo « está representado por la diferencia entre activo circulante y el pasivo circulante.» En líneas generales se define como el total de recursos necesarios para la puesta en marcha del negocio, en efecto se refiere al inventario inicial y efectivo aportado por los socios para comenzar la actividad comercial. y los pasivos circulantes que en este caso son de 0 BsF. no se consideran para la apertura de Carrocerías del Este.

Activos Circulantes	Monto Bs.F
Efectivo	69.045,72
Inventarios	317.087,72
<b>Total Activos Circulantes</b>	<b>386.133,58</b>

Pasivos a Corto Plazo	Monto Bs. F
No se inicia con Pasivos a corto plazo.	0,00

Capital de Trabajo	Monto Bs. F
Total	<b>386.133,58</b>

**Figura 15: Capital de Trabajo**  
**Fuente: Autor (2012)**

### 7.3. *Inversión inicial*

Se refiere a la diferencia de activos fijos y circulantes menos los pasivos a corto plazo para la puesta en marcha de Carrocerías del Este, C.A.

<b>Activos Fijos</b>	
Terrenos	
Mobiliarios	46.393,00
Máquinas y Equipos	41.324,52
<b>Total Activos fijos</b>	<b>87.718,26</b>

<b>Activos Intangibles</b>	
Portal web	5.928,91
Marcas y Patentes	-
<b>Total Activos Intangibles</b>	<b>5.928,91</b>

<b>Total activos</b>	<b>93.647,17</b>
----------------------	------------------

<b>Inversión Inicial</b>	
Activos	93.647,17
Capital de trabajo	386.133,58
<b>Total Inversión Inicial</b>	<b>479.780,74</b>

**Figura 16: Cuadro de Inversión Inicial**  
Fuente: Autor (2012)

#### 7.4. **Financiamiento del proyecto**

Se prevé realizar un préstamo bancario para completar la inversión estimada, el cual se crearía un pasivo a largo plazo a una tasa de interés nominal de 24 % mensual. Se desglosa a continuación:

La figura 17 expresa los montos de contribución en Bs.F aportados por los socios que representa un 42% y el monto solicitado a la banca con un peso sobre la inversión inicial del 58%.

Concepto	Monto Bs. F	Peso %
Préstamo a largo plazo	279.780,74	58,00%
Socios	200.000,00	42,00%

**Figura 17: Financiamiento del Proyecto, Préstamo**  
Fuente: Autor (2012)

La figura 18 contiene los montos correspondientes al préstamo desglosados de la siguiente manera:

Para el 2011 el saldo inicial, es decir el monto total solicitado, la cuota fija para los 4 años que no varía con un 24%; los intereses devengados cada año que van disminuyendo en el tiempo caso contrario de la amortización a capital que va aumentando. Esta figura nos indica que con las premisas expuestas el crédito se termina de pagar en el 5 año operativo de la empresa.

Tiempo	Comportamiento Anual					
	4	2012	2013	2014	2015	2016
Saldo inicial		Bs 279.780,74	Bs 230.560,17	Bs 169.526,67	Bs 93.845,12	Bs 0,00
Cuota		Bs 116.367,95	Bs 116.367,95	Bs 116.367,95	Bs 116.367,95	Bs 0,00
Intereses		Bs 67.147,38	Bs 55.334,44	Bs 40.686,40	Bs 22.522,83	Bs 0,00
Amortización		Bs 49.220,57	Bs 61.033,51	Bs 75.681,55	Bs 93.845,12	Bs 0,00
Saldo final		Bs 230.560,17	Bs 169.526,67	Bs 93.845,12	Bs 0,00	Bs 0,00

**Figura 18: Financiamiento del Proyecto, Comportamiento Anual**  
Fuente: Autor (2012)

### **7.5. Costos y gastos Operativos de la empresa**

Los costos enumerados en la figura 19 se refieren a los gastos del día a día entorno a la actividad comercial que desempeña Carrocerías del Este C.A. Los únicos costos variables son los de venta que se derivan del número total de las carrocerías a vender en un año entre el costo promedio de cada pieza. Los demás gastos también se estimaron anualmente.

Los gastos calculados a la patente son el 2% de las ventas brutas anuales, este gasto de ventas es atribuible al costo de venta variable de las carrocerías.

<b>Concepto</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
Costo de Venta Variable unitario	243,92	295,99	371,82	445,74	518,44

**Figura 19: Costos y Gastos Operativos, Escenario más Probable**  
**Fuente: Autor (2012)**

### **7.6. Costos fijos**

En la figura 20 se muestran los costos fijos que se generan esté o no operativa la actividad comercial, estimados anualmente.

<b>Gastos Operativos</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
Costo de Venta Variable Total	317.090,08	381.402,67	474.135,21	593.857,31	728.290,36
Costo de Venta Fijo					
<b>Gastos de Ventas:</b>					
Publicidad	15.563,39	18.886,18	23.724,82	28.441,31	33.080,09
Comisiones de ventas	-	-	-	-	-
Otros (Patente)	16.869,10	20.290,51	25.223,85	31.593,03	38.744,83
Transporte	19.268,96	23.382,89	29.373,58	35.213,05	40.956,30
<b>TOTAL</b>	<b>51.701,46</b>	<b>62.559,58</b>	<b>78.322,25</b>	<b>95.247,40</b>	<b>112.781,22</b>
<b>Gastos Administrativos:</b>					
Sueldos y salarios	162.303,97	196.955,87	247.415,96	296.602,26	344.978,09
Alquileres	124.507,16	151.089,43	189.798,55	227.530,50	264.640,72
Servicios	25.790,77	31.297,10	39.315,41	47.131,32	54.818,44
Otros		-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>312.601,90</b>	<b>379.342,40</b>	<b>476.529,92</b>	<b>571.264,07</b>	<b>664.437,24</b>
<b>Gastos Generales:</b>					
Sistemas	889,34	1.079,21	1.355,70	1.625,22	1.890,29
Otros (Papelería)	8.893,37	10.792,10	13.557,04	16.252,18	18.902,91
<b>TOTAL</b>	<b>9.782,71</b>	<b>11.871,31</b>	<b>14.912,74</b>	<b>17.877,40</b>	<b>20.793,20</b>

**Figura 20: Costos Fijos, Escenario más Probable**  
**Fuente: Autor (2012)**

### **7.7. Ingresos por ventas**

Los ingresos por venta que se muestran en la figura 21 son planificados anualmente tomando en cuenta los efectos inflacionarios y del PIB (Producto Interno Bruto venezolano), derivado del consumo privado estimado a 5 años a partir del 2012, expuestos en la revista Ecoanalítica del presente año, el cual consideramos el 80% del valor de estos ratios, es decir, se considera que el 80% de esta estimación económica propuesta estaría afectando el valor de los precios para los próximos 5 años.

Además se estima que el 50% de las ventas de autopartes será adquirido por clientes 1: (Empresas aseguradoras) el cual el tipo de compras al mayor es el de la preferencia, cuyo valor de venta se le aplicará 10% de descuento sobre el total de la misma. El otro 50% de las adquisiciones clientes por clientes 2: (naturales o talleres autorizados) el cual se les aplicará el 100% del valor del precio de venta estimado por los socios. Estos

cálculos se planificaron a 5 años consecutivos de operaciones de Carrocerías del Este C.A.

Premisas:

Para el siguiente escenario que es el que tomaremos como base y como aquél que se ajusta a la **realidad** del proyecto se estarán dando las siguientes premisas:

- Se dará un descuento a las aseguradoras de un 10% sobre los precios, este será ajustado a partir de la estabilización de las ventas que se espera sea al final del primer año.
- Se espera la venta del 50% de los productos a Seguros y el otro 50% a los particulares y talleres.
- Mantendremos un inventario para 60 días
- El aporte total de los socios se mantendrá en Bs.F. 200.000,00, cuyo valor de préstamo será de Bs.F.279.780,74, esto corresponde a un 58% a través del financiamiento y un 42% a través de la inversión directa de los asociados.
- La tasa de requerimiento mínima para aquél socio que se encuentra interesado en el negocio se mantendrá en un valor de 29,00% pudiendo hacer un ajuste a nivel de los socios en caso de ser necesario.
- La tasa de interés que estaremos tomando en consideración será de un 24%
- Se estima un pago de la deuda a 4 años

Total de autopartes en unidades: 1500

Ingresos por Ventas			2012	2013	2014	2015	2016
según Ecoanalítica 20	80%	Var. Q (PIB - Consumo Privado)	Tasas	-1,10%	-1,30%	5,60%	6,80%
	70%	Var. Precios (inflación)		30,50%	36,60%	28,40%	23,30%
			2012	2013	2014	2015	2016
Cliente 1: Seguros	50%	Cantidades	650,00	644,28	637,58	666,14	702,38
	10%	Precios promedio	614,67	745,90	937,00	1.123,28	1.306,49
<b>Sub-total de ingresos</b>			<b>399.536,48</b>	<b>480.570,95</b>	<b>597.414,81</b>	<b>748.265,78</b>	<b>917.652,68</b>
Cliente 2: Talleres y Personas	50%	Cantidades	650,00	644,28	637,58	666,14	702,38
	0%	Precios	682,95	828,76	1.041,09	1.248,06	1.451,62
<b>Sub-total de ingresos</b>			<b>443.918,41</b>	<b>533.954,47</b>	<b>663.777,77</b>	<b>831.385,80</b>	<b>1.019.588,80</b>
		Cantidades Totales	1.300,00	1.288,56	1.275,16	1.332,29	1.404,76
		Precios promedio	648,81	787,33	989,05	1.185,67	1.379,05
<b>Total Ingresos Ventas</b>			<b>843.454,89</b>	<b>1.014.525,42</b>	<b>1.261.192,58</b>	<b>1.579.651,58</b>	<b>1.937.241,48</b>

**Figura 21: Ingresos por Ventas, Escenario más Probable**  
Fuente: Autor (2012)

### 7.8. Margen Real de contribución

El margen real de contribución resulta de la diferencia entre los ingresos planificados por venta y los costos variables totales.

En la figura 22 se desglosa el margen contribución que se refiere al margen real de los cuales se van a derivar los dividendos reales de los socios debido a que la Ley actual para el pago de patente de industria y comercio se calculan en base al 2% de las ventas brutas del año operativo del establecimiento comercial, es decir, este margen está exceptuando el pago de dicha patente. Se calculó con proyecciones a 5 años.

ENFOQUE POR CONTRIBUCION	2012	2013	2014	2015	2016
Ingresos x Ventas	843.454,89	1.014.525,42	1.261.192,58	1.579.651,58	1.937.241,48
Costos Variables:					
Costo de Venta Variable Total	317.090,08	381.402,67	474.135,21	593.857,31	728.290,36
Comisiones de ventas	-	-	-	-	-
Patentes	16.869,10	20.290,51	25.223,85	31.593,03	38.744,83
<b>Costos Variables Totales</b>	<b>333.959,18</b>	<b>401.693,18</b>	<b>499.359,06</b>	<b>625.450,34</b>	<b>767.035,19</b>
<b>Margen de Contribucion</b>	<b>509.495,71</b>	<b>612.832,24</b>	<b>761.833,52</b>	<b>954.201,24</b>	<b>1.170.206,29</b>

**Figura 22: Enfoque por Contribución, Escenario más Probable**  
Fuente: Autor (2012)

## 7.9. Punto de equilibrio

En la figura 23 se muestran los valores relacionados con el punto de equilibrio el cual se calculó en unidades y bolívares, nos indica el momento en el cual las ventas cubren nuestros costos operativos, además nos aporta la magnitud de los márgenes de ganancia o pérdidas que este pueda presentar en un tiempo determinado, para este caso el análisis es anual a partir del 2012, y refleja el momento que la empresa generará tales utilidades o pérdidas a través del volumen de venta o las unidades vendidas.

El punto de equilibrio en unidades resulta de la división de nuestros costos fijos entre el margen de contribución o real y en Bs. F de la división del precio promedio de venta de cada carrocería entre las unidades mínimas que se venderán para cubrir mis costos, es decir, las unidades que enfocan el punto de equilibrio en unidades.

Punto de Equilibrio	2012	2013	2014	2015	2016
Costos Fijos	443.093,77	507.546,66	603.956,90	694.048,10	777.996,27
Margen de Contribucion	509.495,71	612.832,24	761.833,52	954.201,24	1.170.206,29
Precio promedio de cada pieza para ambos clientes	648,81	787,33	989,05	1.185,67	1.379,05
Costo Variable Unitario	256,89	311,74	391,61	469,46	546,02
<b>Margen de Contribucion (En Unidades)</b>	<b>391,92</b>	<b>475,59</b>	<b>597,44</b>	<b>716,21</b>	<b>833,03</b>

**Figura 23: Punto de Equilibrio, Escenario más Probable**  
**Fuente: Autor (2012)**

## 7.10. Proyecciones financieras

**Flujo de caja del proyecto con financiamiento incluye TIR y valor presente del negocio**

El flujo de caja representa la suma de todas las entradas y todas las salidas del proyecto, tomando en cuenta la inversión inicial, este debe dar un flujo positivo, de ser así la inversión será favorable para los socios. A continuaciones describe cada uno de las entradas que forman parte de este flujo de caja.

Adicional se tomó la decisión de adquirir un crédito que representa el 58% del valor de la inversión total los cuales afectó el flujo de caja de la siguiente manera representado en la figura 24:

VISION CONTABLE	0	2012	2013	2014	2015	2016
Flujo de caja operativo						
Utilidad Neta		43.825,28	69.488,48	104.198,57	171.701,07	258.858,61
+ Depreciacion		18.729,43	18.729,43	18.729,43	18.729,43	18.729,43
+ Intereses		67.147,38	55.334,44	40.686,40	22.522,83	0,00
- Δ CxC	-	(24.485,22)	(4.966,12)	(7.160,67)	(9.244,76)	(10.380,72)
- Δ Inventarios	(317.087,86)	264.963,46	(10.571,93)	(15.243,70)	(19.680,35)	(22.098,58)
+ Δ CxP	-	2.142,19	13.966,36	4.002,92	5.102,41	5.624,03
<b>Flujo de caja operativo</b>	<b>(317.087,86)</b>	<b>372.322,52</b>	<b>141.980,66</b>	<b>145.212,94</b>	<b>189.130,64</b>	<b>250.732,77</b>
Flujo de caja de inversiones						
Δ Activo Largo plazo neto	93.647,17	(18.729,43)	(18.729,43)	(18.729,43)	(18.729,43)	(18.729,43)
+Depreciacion		18.729,43	18.729,43	18.729,43	18.729,43	18.729,43
<b>Flujo de caja de inversiones</b>	<b>(93.647,17)</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
Flujo de caja de financiamiento						
+Δ Pasivos de Largo plazo	279.780,74	(49.220,57)	(61.033,51)	(75.681,55)	(93.845,12)	0,00
-Intereses		(67.147,38)	(55.334,44)	(40.686,40)	(22.522,83)	(0,00)
+Δ Capital Pagado	200.000,00	-	-	-	-	-
-Dividendos		(39.442,75)	(62.539,63)	(93.778,71)	(154.530,96)	(232.972,75)
<b>Flujo de caja de financiamier</b>	<b>479.780,74</b>	<b>(155.810,70)</b>	<b>(178.907,58)</b>	<b>(210.146,66)</b>	<b>(270.898,91)</b>	<b>(232.972,75)</b>
<b>Flujo de caja total</b>	<b>69.045,72</b>	<b>216.511,82</b>	<b>(36.926,92)</b>	<b>(64.933,71)</b>	<b>(81.768,27)</b>	<b>17.760,02</b>

**Figura 24: Visión Contable, Escenario más Probable**  
Fuente: Autor (2012)

### Flujo de Caja de los Socios

Flujo de Caja de los Socios	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
-Δ Capital Pagado	(200.000,00)	-	-	-	-	-
+Dividendos		39.442,75	62.539,63	93.778,71	154.530,96	232.972,75
<b>Total Flujo de caja de SOCIOS</b>	<b>(200.000,00)</b>	<b>39.442,75</b>	<b>62.539,63</b>	<b>93.778,71</b>	<b>154.530,96</b>	<b>232.972,75</b>

**Figura 25: Flujo de Caja de los Socios, Escenario más Probable**  
Fuente: Autor (2012)

Los dividendos representarán el 90% de la utilidad neta del negocio.

<b>90% Dividendos</b>	39.442,75	62.539,63	93.778,71	154.530,96	232.972,75
-----------------------	-----------	-----------	-----------	------------	------------

**Figura 26: Dividendos, Escenario más Probable**  
Fuente: Autor (2012)

Cabe resaltar que el economista italiano Franco Modigliani (1918-2003) premio Nobel de economía dio origen a la teoría del dinero con el **teorema Modigliani-Miller** de 1958 en el que se afirma que un inversionista racional considerará solamente la rentabilidad futura de la empresa y no el monto de su deuda ni su estructura. Y en seguimiento de esta afirmación y matemáticamente hablando, el valor de los impuestos varía de acuerdo a la dimensión de pasivos a largo plazo que maneje un negocio.

Tasa de rendimiento mínima exigida	29,00%
VALOR PRESENTE DEL NEGOCIO	Bs 232.861,96
Inversión Inicial	Bs 200.000,00
Valor presente neto	Bs 32.861,96
TIR	35,03%

**Figura 27: Tasa de Rendimiento Mínima del Negocio**  
**Fuente: Autor (2012)**

En la figura 27 se puede observar que el valor o tasa de rendimiento máxima esperada por los socios es de 29% el cual para los efectos de ejecutar el presente proyecto en las condiciones dadas, estaría cubriendo las expectativas de un inversionistas al que le sea atractiva esta tasa y un valor presente neto de Bs. F **32.861,96** positivo y viable para los socios.

Ese ratio financiero permite optimizar la toma de decisión si el proyecto se va ejecutar o no.

También podemos verificar que podríamos en base a su TIR dar hasta un 35% de rendimiento proporcionando un ajuste en el caso que sea necesario a cada socio.

El VPN arrojó valor positivo por lo tanto es viable el proyecto dentro del resultado de este parámetro.

Tasa de rendimiento minima exigida	29,00%
VALOR PRESENTE DEL NEGOCIO	Bs 489.228,03
Inversion Inicial	Bs 479.780,74
Valor presente neto	Bs 9.447,28
TIR	29,92%

**Figura 28: Tasa de Rendimiento Mínima de los socios,  
Fuente: Autor (2012)**

En la figura 28 podemos ver que también para el Negocio es aceptable la tasa de rendimiento esperada así como el VPN que da un valor positivo para el mismo indicando su viabilidad.

### **7.11. *Tiempo de recuperación de la inversión***

Esta se refiere a en cuánto tiempo se tarda un negocio propuesto para recuperar la inversión que se hizo en el momento 0 para los años proyectados que representan un período de vida útil que de ninguna forma es la totalidad. Para esto es necesario determinar en qué momento dicha utilidad supera el valor monetario de la inversión, en las condiciones actuales y para el proyecto que nos compete, este representa un valor de inversión inicial correspondiente a Bs.F. 200.000,00 por parte de sus socios, contando también con el crédito que se solicita al banco.

Según el flujo de caja indicado tenemos los siguientes detalles a ser tomados en consideración:

Basándonos en el flujo de caja ordinario, el tiempo de retorno de la inversión será en el año 3, siempre que el valor del dinero en el tiempo sea igual, esto es poco probable para cualquier caso, pero puede ser uno de los valores posibles en el tiempo.

Periodo de retorno de la inversio	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ordinario FC Acumulado	Bs -479.780,74	Bs -323.970,05	Bs -145.062,47	<b>Bs 65.084,19</b>	Bs 335.983,11	Bs 568.955,86

**Figura 29: Ordinario FC Acumulado**  
**Fuente: Autor (2012)**

Es interesante también concluir como se expresa en la figura 30 que el período de retorno de la inversión en base al Descontado que expresa el valor real la recuperación es al 5to año.

Periodo de retorno de la inversion:	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Descontado FC Acumulado	Bs -479.780,74	Bs -358.995,97	Bs -251.484,19	Bs -153.588,66	Bs -55.761,21	<b>Bs 9.458,73</b>

**Figura 30: Descontado FC Acumulado**  
**Fuente: Autor (2012)**

### **7.12. Análisis de sensibilidad**

El escenario anteriormente descrito coincide con el escenario que se considera el más probable basado totalmente en la información manejada y encontrada en el proceso de análisis de mercado.

Esta es una herramienta que proporciona la información a ser tomada en consideración para la toma de una decisión que se encuentre en concordancia al nivel de riesgo que se decida asumir. Es necesario hacer este estudio en proyectos en los cuales se espere una retribución o dividendos a sus asociados. Su aplicación depende del grado de visualización que se desee tomar y los posibles escenarios económicos de un proyecto bajo variables lógicas de negocio.

El siguiente análisis veremos el comportamiento que llamaremos pesimista y luego el optimista que son dos caras más de la misma “moneda” o proyecto de inversión, estos permiten al inversionista y/o a los socios proyectar sus niveles de riesgo y exponerlos ante una toma de decisiones basadas en las circunstancias tomadas en consideración para tal fin.

Suponiendo que damos a las empresas aseguradoras se les aplica un descuento mayor del 10% para la captación de mercado ya que estamos arrancando con el negocio, el % de los dividendos se mantiene igual para los socios y 100% aporte de los socios. No tener descuento para las personas naturales ni talleres por ser esta una práctica común en este tipo de negocios; nos queda el flujo de caja de la siguiente forma:

VISION CONTABLE	0	2012	2013	2014	2015	2016
Flujo de caja operativo						
Utilidad Neta		43.825,28	69.488,48	104.198,57	171.701,07	258.858,61
+ Depreciacion		18.729,43	18.729,43	18.729,43	18.729,43	18.729,43
+ Intereses		67.147,38	55.334,44	40.686,40	22.522,83	0,00
- Δ CxC	-	(24.485,22)	(4.966,12)	(7.160,67)	(9.244,76)	(10.380,72)
- Δ Inventarios	(317.087,86)	264.963,46	(10.571,93)	(15.243,70)	(19.680,35)	(22.098,58)
+ Δ CxP	-	2.142,19	13.966,36	4.002,92	5.102,41	5.624,03
<b>Flujo de caja operativo</b>	<b>(317.087,86)</b>	<b>372.322,52</b>	<b>141.980,66</b>	<b>145.212,94</b>	<b>189.130,64</b>	<b>250.732,77</b>
Flujo de caja de inversiones						
Δ Activo Largo plazo neto	93.647,17	(18.729,43)	(18.729,43)	(18.729,43)	(18.729,43)	(18.729,43)
+Depreciacion		18.729,43	18.729,43	18.729,43	18.729,43	18.729,43
<b>Flujo de caja de inversiones</b>	<b>(93.647,17)</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
Flujo de caja de financiamiento						
+Δ Pasivos de Largo plazo	279.780,74	(49.220,57)	(61.033,51)	(75.681,55)	(93.845,12)	0,00
-Intereses		(67.147,38)	(55.334,44)	(40.686,40)	(22.522,83)	(0,00)
+Δ Capital Pagado	200.000,00	-	-	-	-	-
-Dividendos		(39.442,75)	(62.539,63)	(93.778,71)	(154.530,96)	(232.972,75)
<b>Flujo de caja de financiamiento</b>	<b>479.780,74</b>	<b>(155.810,70)</b>	<b>(178.907,58)</b>	<b>(210.146,66)</b>	<b>(270.898,91)</b>	<b>(232.972,75)</b>
<b>Flujo de caja total</b>	<b>69.045,72</b>	<b>216.511,82</b>	<b>(36.926,92)</b>	<b>(64.933,71)</b>	<b>(81.768,27)</b>	<b>17.760,02</b>

**Figura 31: Visión Contable y Flujo de Caja**  
Fuente: Autor (2012)

### **7.13. Resumen del estudio técnico-económico**

Ya finalizado el estudio de factibilidad técnico económico, para la conformación de una empresa de carrocías ubicada en Boleíta sur, los resultados fueron factibles ya que al evaluar los diferentes ratios financieros dieron favorables mediante los siguientes resultados:

Este proyecto ofrece una tasa interna de retorno de 35,03%, y con una tasa de rendimiento mínima exigida por los socios del 29% da un valor presente neto de Bs. F 32.861,96; una recuperación de la inversión en 3 años y 90% de dividendos de la utilidad neta atribuida a la operación comercial del negocio, anuales a los socios.

Cabe resaltar que se consideraron variables de tipo numérico como un descuento del 10% a los precios de venta de carrocerías destinados a la venta a empresas de seguros y los efectos inflacionarios y de PIB de consumo privado propuestos por ECOANALITICA 2012 desde el 2012 al 2016 sobre los precios de venta, luego de aplicado un margen beneficio elegido por los socios del 40% sobre el costo unitario.

Este escenario se llevo a cabo bajo el parámetro de un pasivo a largo plazo que cubre el 58% de la inversión inicial del proyecto y un restante del 42% del total de la misma aportado por los socios.

### **7.14. Escenario Optimista**

Para este escenario se prevén las siguientes premisas:

- No se estará dando descuentos a las compañías de seguros
- Mantendremos el mismo inventario y nivel para 60 días
- Se reducirá el aporte de los socios a Bs.100.000,00, dando obviamente la mayor carga al préstamo.
- La tasa de interés se debe mantener en 24%
- Se estima un pago a 5 años y no a 4 años como consideramos para el caso Probable. El valor del préstamo será de Bs.F. 381.107,12
- El pago de dividendos anuales se hará sobre la base del 95%. Previendo una eventualidad del 5%.
- Se mantendrá la tasa de requerimiento mínima exigida en los mismo niveles que corresponden a:
  - 35% para el negocio
  - 40% para los socios

Para este caso el valor de la evaluación resulta mucho más conveniente pero no tenemos la absoluta certeza que la realidad socio económica de la nación se mantenga en los actuales niveles y menos arrancando en un año electoral y difícil para la economía, con inseguridad, con toma de empresas por parte del gobierno actual.

Obviamente para los socios sería un escenario bien interesante ya que la banca estaría financiando la mayor parte del proyecto y es posible ser más ambicioso a la hora del reparto del rendimiento, aunque por prudencia no se distribuirá el 100% del mismo. En la siguiente figura se muestra el resultado de tomar los socios esta alternativa:

Valor presente para el negocio:

Periodo de retorno de la inversion:	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ordinario FC Acumulado	Bs -481.107,12	Bs -288.625,62	Bs -66.512,80	Bs 196.203,19	Bs 532.913,24	Bs 963.451,36

Periodo de retorno de la inversion:	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Descontado FC Acumulado	Bs -481.107,12	Bs -338.528,23	Bs -216.655,63	Bs -109.876,79	Bs -8.504,09	Bs 87.511,72

<b>Tasa de rendimiento minima exigida</b>	<b>35,00%</b>
<b>VALOR PRESENTE DEL NEGOCIO</b>	<b>Bs 568.618,84</b>
Inversion Inicial	Bs 481.107,12
<b>Valor presente neto</b>	<b>Bs 87.511,72</b>
<b>TIR</b>	<b>43,49%</b>

**Figura 32: Valor Presente para el Negocio, Escenario Optimista**  
Fuente: Autor (2012)

Resultados que financieramente son factibles y la recuperación de la inversión se mantiene en los mismos niveles que corresponden a tres años para el Ordinario y en el Descontado se tiene al quinto año, tomando este como el más realista con respecto al negocio de mantenerse la tendencia actual y la que estamos tomando para el ejercicio de inversión.

<b>Tasa de rendimiento minima exigida</b>	<b>40,00%</b>
<b>VALOR PRESENTE DEL NEGOCIO</b>	<b>Bs 231.735,72</b>
Inversion Inicial	Bs 100.000,00
<b>Valor presente neto</b>	<b>Bs 131.735,72</b>
<b>TIR</b>	<b>87,29%</b>

**Figura 33: Tasa de Rendimiento Socio, Escenario Optimista**  
Fuente: Autor (2012)

### **7.15. Escenario Pesimista**

Para este caso tendremos que los inversionistas proveerán el 100% de la inversión inicial manteniendo los mismos niveles a saber:

- Se estará dando el 10% de descuentos a las compañías de seguros por pronto pago
- Mantendremos el mismo inventario y nivel para 60 días
- Se incrementará como ya se dijo el aporte de los socios a la totalidad de la inversión es decir Bs.481.107,12,
- Se estima un pago a 5 años y no a 4 años como consideramos para el caso Probable.
- El pago de dividendos anuales se hará sobre la base del 50%. Ya que se espera un cambio en la política o a nivel de mercado que podría influir en el negocio.
- Deberá ajustarse la tasa de requerimiento mínima exigida de a los niveles también mínimos:
  - 20% para el negocio
  - 30% para los socios

Obviamente para estas condiciones de negocio podemos destacar lo siguiente:

El TIR cae a un nivel importante del 1% haciendo poco rentable el negocio, el retorno de inversión de ser así, se moverá al último año que corresponde al 2016, último año evaluado.

Periodo de retorno de la inversion:	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ordinario FC Acumulado</b>	Bs -481.107,12	Bs -422.679,17	Bs -352.406,05	Bs -265.413,15	Bs -145.242,39	<b>Bs 17.161,23</b>

Periodo de retorno de la inversion:	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Descontado FC Acumulado</b>	Bs -481.107,12	Bs -432.417,16	Bs -383.616,38	Bs -333.273,27	Bs -275.320,55	Bs -210.054,18

<b>Tasa de rendimiento minima exigida</b>	<b>20,00%</b>
<b>VALOR PRESENTE DEL NEGOCIO</b>	<b>Bs 271.052,94</b>
Inversion Inicial	Bs 481.107,12
<b>Valor presente neto</b>	<b>Bs -210.054,18</b>
<b>TIR</b>	<b>1,00%</b>

**Figura 34: Tasa de Rendimiento Mínima Exigida, Negocio**  
Fuente: Autor (2012)

#### Visión desde el punto de vista del socio

<b>Tasa de rendimiento minima exigida</b>	<b>30,00%</b>
<b>VALOR PRESENTE DEL NEGOCIO</b>	<b>Bs 211.937,67</b>
Inversion Inicial	Bs 481.107,12
<b>Valor presente neto</b>	<b>Bs -269.169,45</b>
<b>TIR</b>	<b>1,00%</b>

**Figura 35: Tasa de Rendimiento Mínima Exigida, Socios**  
Fuente: Autor (2012)

Como es posible observar de este comportamiento el exigir un 50% de los dividendos y un rendimiento mínimo del 20% para el negocio, se obtiene un VPN negativo con una recuperación de la inversión que no se consigue nunca en el tiempo, que es un riesgo inminente e importante para la recuperación del capital invertido por los posibles socios o accionistas. Podemos ver que ni en cinco años es posible dicha recuperación tomando en

cuenta los dos escenarios tanto el Retorno en el Ordinario como para el Descontado.

## **Capítulo VI: Claves para el Éxito del Proyecto**

Luego de la investigación realizada se puede determinar que existe un nicho de negocio posible y un mercado potencial para la colocación de un primer establecimiento dedicado a la venta de Carrocerías y repuestos para automóviles en Boleíta Sur, en la ciudad de Caracas. Se identificó que en la zona no existe este tipo de iniciativas si no una serie de competidores que se dedican única y exclusivamente a la atención al público de “a pié”, sin interesarse en los talleres y los grandes clientes como lo pueden ser las compañías de seguro, las cuales a través de sus departamentos de compras deben dedicarse a visitar a los proveedores y dejar en algunos casos de dificultad y por causa de la urgencia de sus clientes dicho proceso de búsqueda o compra del repuesto directamente al dueño del vehículo por la imposibilidad de encontrar en el mercado local una organización que provea el repuesto adecuado en los tiempos requeridos.

La iniciativa que propongo, será capaz de negociar con los principales proveedores locales teniendo en consideración los requerimientos de las compañías de seguros y también las de los talleres, pudiendo mejorar la fecha de entrega del repuesto requerido.

Se prevé un inventario totalmente basado en aquellos productos que son los que más salida al mercado pudieran tener, siempre basados en las variantes que las mismas compañías de seguros y proveedores aporten e investigaciones a través de compañías especializadas para poder ajustar los volúmenes de producto y los tipos particulares de repuestos que son requeridos.

Aunado a esto se ha considerado una localización para la primera tienda que ha sido normalmente reconocida como la mejor posible.

## **Capítulo VII: Conclusiones y Recomendaciones**

En definitiva un proyecto de inversión como este considera dos aportes esenciales, el primero basado en sus socios y que es el lucro como tal, y el otro basado en sus clientes que es el servicio.

En el primero la intención es que basado en la inversión que deben aportar los socios estos perciban una ganancia razonable que mantenga tanto la operación y nuevas adquisiciones de productos y desarrollos de servicios de valor a los clientes así como el reparto de ganancias que mantienen el interés de este denominado el cliente interno.

Por otra parte el servicio al cliente, siendo este la razón particular de la iniciativa de inversión ya que a él es que debemos ofrecer servicios de alto valor aunado a la posibilidad de ofrecerle productos de alta calidad a precios razonablemente asequibles en los tiempos que para él son los óptimos para que pueda volver a utilizar su vehículo y retomar su día a día lo más pronto y sin interrupciones que sean posibles.

El proyecto se dará inicio de forma inmediata en caso de ser aprobado por los socios en menos de tres meses en cuanto el acondicionamiento del local se de por terminado, y se elabore con el dueño del local el contrato de arrendamiento respectivo.

La empresa estará disponible para la atención al cliente en horas de oficina de lunes a sábado, de las 8:00am a las 6:00pm.

¿Cómo se evidenció la necesidad de una iniciativa como esta? Fue a través de un estudio de mercado el cual permitió identificar una serie de necesidades de alta demanda anexas al servicio y no solo a la disposición del repuesto que atendiera en primer lugar a las compañías de seguro y

luego a los talleres mecánicos y público en general.

¿Dónde implantarlo? Para la primera tienda será en la Ciudad de Caracas, Distrito Capital basado en el estudio técnico de localización en el cual se incluyeron factores ponderados y geográficos para apoyar esta decisión. En base a los resultados obtenidos y a la historia y uso de diferentes zonas de la capital, proximidad a los proveedores y acceso fácil actual y a futuro (próxima apertura estación METRO Boleíta) favorecieron a una zona como Boleíta Sur.

¿Existe algún modelo de negocio? Definitivamente existen “repuesteros” establecimientos que cuentan con un inventario de base y que esperan que se les visite para proveer el producto, cuando se habla de producto es el repuesto per se y no un servicio integrado, donde se haga la diferenciación entre la Compañía de Seguros que será visitada y atendida por un ejecutivo especializado y los talleres y clientes que tendrán una tienda a la cuál recurrir con su necesidad de repuestos, capaz de informar y validar el tipo de repuesto que más conviene con sus características y disponibilidad inmediata y/o futura.

No olvidando lo social un emprendimiento como este en principio no ofrece muchas posibilidades de empleo más sin embargo el empleo indirecto puede verse incrementado por el volumen de ventas y en la medida que dicha iniciativa de haga más rentable podrá aportar por tienda al menos cuatro personas encargadas y podría a futuro presentar un esquema de franquicias (no cubierto por esta investigación) que estarían desarrollando tanto infraestructura como ofertas de trabajo interesantes para sus empleados y respeto por el medio ambiente este tipo de iniciativas no atenta contra la naturaleza al no manejar productos químicos ni desechos contaminantes.

Con respecto a la gerencia de proyectos este proyecto me aclaró la importancia de hacer una inversión con calidad y sistematizando todas las decisiones y posibles escenarios para tomar aquél que sea el más viable tomando en cuenta riesgos y capacidades.

Dentro de las recomendaciones que se deben ofrecer para este proyecto existen de dos tipos a saber:

Recomendaciones Financieras, aquellas que pueden ser de valor para incrementar las ganancias del negocio y las estrategias que podrían ser tomadas en consideración para el desarrollo del negocio y aportes a sus socios.

Recomendaciones Académicas, aquellas a ser consideradas por cualquier otra persona que tome de base este proyecto o tesis de postgrado, para que ahonde en aquellas consideraciones que no eran el objetivo inicial de la siguiente propuesta.

### **Recomendaciones Financieras**

- Un aporte interesante para incrementar financieramente las ganancias a los asociados de ser esta iniciativa rentable en la realidad sería Franquiciar este tipo inversión para hacerla no solamente asequible a los creadores, si no también a otras personas interesadas en el concepto como negocio rentable.
- Otro aporte interesante en el desarrollo de la iniciativa puede ser el contar con la posibilidad de importar directamente tratando de mantener mejores precios en cuanto a los productos, diferenciación con respecto al mercado y los competidores e independencia de los proveedores, además de ser un competidor más en los negocios de volumen al poder

participar en aquellos nichos que no están siendo tocados por los proveedores inicialmente reconocidos.

### **Recomendaciones Académicas**

- Finalmente los clientes tocados por ésta investigación no prevé el ahondar en los tipos de clientes de Seguros y su especificidad, ya que pueden haber diferentes necesidades o requerimientos dependiente del tamaño de la compañía de seguro a ser abordada, pudiendo adaptar aún más el producto y su precio competitivo para dichas compañías de seguros que son el motor de esta iniciativa en su comienzo.

## Fuentes Consultadas

- Baca, G. (2001): Evaluación de Proyectos. Mexico Ed Mc Graw-hill.
- Balestrini, M. (2001): Como se elabora el proyecto de Investigación. Venezuela 5ª Ed. BL Consultores Asociados. Servicio Editorial.
- Kotler, P. (2003): Dirección de Mercadotecnia, Mexico 8ª ed. Prentice Hall.
- Kotler y Arsmtrong (2003): Fundamentos de Marketing, Mexico 6ª ed. Pretince Hall.
- Sapag, Ch. (2.000): Criterios de Evaluación de Proyectos, Mc Graw Hill Interamericana, S.A. Madrid - España
- Sapag y Sapag, R. (1.995): Preparación y Evaluación de Proyectos. 3ra. Edición. Mc Graw Hill Interamericana, S.A. Santa Fe de Bogotá, Colombia.
- UPEL (1998): Manual de Trabajos de Grado y Maestría y Tesis Doctoral de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador. Caracas: UPEL.

## ANEXO A

### Precio por Mt2 en el Este de Caracas

Fuente: Inmuebles Caracas.com.ve

Urbanizaciones	Venta
Alta Florida	8.550
Altamira	8.300
Bello Campo	3.790
Bello Monte	4.980
Boleíta	3.970
Buena Vista	4.490
Campo Alegre	8.018
Campo Claro	4.250
Chacaito	4.685
Chacao	4.690
Chapellin	2.480
Colinas de Los Caobos	3.529
Don Bosco	4.316
El Bosque	3.506
El Llanito	2.470
El Marques	3.990
El Recreo	4.440
El Retiro	3.502
El Rosal	6.764
Filas de Mariches	4.473
Horizonte	3.925
La California Norte	3.840
La Campiña	3.775
La Castellana	7.500
La Carlota	3.102
La Ciudadela	3.982

La Florida	3.876
La Urbina	3.890

## ANEXO B

### PIEZAS Y PARTES A SER COMERCIALIZADAS

Stop trasero derecho	LUV D-MAX 2002
Stop trasero izquierdo	LUV D-MAX 2002
Cocuyo parachoques delantero derecho	LUV D-MAX 200
Cocuyo parachoques delantero izquierdo	LUV D-MAX 200
Capot	LUV D-MAX ISUZU 05
Parachoques delantero	FORD LASER
Espejo delantero	SILVERADO manual 99
Espejo izquierdo	SILVERADO manual 99
Espejo derecho	GRAND BLAZER eléctrico 92/9
Espejo izquierdo	GRAND BLAZER eléctrico 92/97
Espejo derecho	CAVALIER eléctrico 95/97
Espejo izquierdo	CAVALIER eléctrico 95/97
Espejo derecho	GRAND VITARA eléctrico
Espejo izquierdo	GRAND VITARA eléctrico
Espejo derecho eléctrico	SILVERADO 2004
Espejo izquierdo eléctrico	SILVERADO 2004
Espejo eléctrico derecho	SILVERADO 2007
Espejo eléctrico izquierdo	SILVERADO 2007
Espejo derecho	CORSA/CHEVY manual 96/08
Espejo izquierdo	CHEVY manual 96/08
Faro delantero derecho	AVEO 2006
Faro delantero izquierdo	AVEO 2006
Stop trasero derecho	AVEO cuatro puertas 04/07
Stop trasero izquierdo	AVEO cuatro puertas 04/07
Faro delantero derecho	OPTRA 2004
Faro delantero izquierdo	OPTRA 2004
Faro neblina delantero derecho	OPTRA 2003
Faro neblina delantero izquierdo	OPTRA 2003
Faro delantero derecho	AVEO 2008
Faro delantero izquierdo	AVEO 2008
Capot	AVEO LS 08/09
Guardafango derecho	AVEO LS 08/09
Guardafango izquierdo	AVEO LS 08/09

Parachoques delantero	AVEO 04/05
Parachoques delantero	AVEO 06/07
Parachoques delantero	AVEO LS 08/09
Capot	CHEVY C2/07
Guardafango derecho	CHEVY C2/07
Guardafango izquierdo	CHEVY C2/07
Capot	CORSA 00/06
Guardafango derecho	CORSA 96/06
Guardafango izquierdo	CORSA 96/06
Capot	OPTRA 06
Guardafango derecho	OPTRA 04
Guardafango izquierdo	OPTRA 04
Carter plástico guardafango delantero derecho	CORSA 9
Carter plástico guardafango delantero izquierdo	CORSA 9
Borde rueda trasera derecha negra	CORSA 96
Borde rueda trasera izquierda negra	CORSA 96
Faro neblina delantero izquierdo	OPTRA 06
Stop trasero derecho	AVEO cinco puertas 04/07
Stop trasero izquierdo	AVEO cinco puertas 04/07
Faro delantero derecho	CORSA 00/06
Faro delantero izquierdo	CORSA 00/06
Faro delantero derecho	OPTRA hatchback
Stop trasero derecho	OPTRA 04
Stop trasero izquierdo	OPTRA 04
Faro delantero izquierdo	SPARK 06/08
Faro delantero derecho	SPARK 06/08
Parachoques delantero	SPARK 06/08
Parachoques trasero	SPARK 06/08
Parachoques delantero	CIVIC 96/97
Parachoques trasero	CIVIC 96/97
Faro delantero derecho	HYUNDAI GETZ 06/07
Faro delantero izquierdo	HYUNDAI GETZ 06/07
Carter plástico guardafango delantero derecho	ACCENT
Carter plástico guardafango delantero izquierdo	ACCENT
Faro delantero derecho	HYUNDAI ATTOS 06
Faro delantero izquierdo	HYUNDAI ATTOS 06
Faro delantero derecho	EXCEL 94
Faro delantero izquierdo	EXCEL 94
Cocuyo delantero faro derecho	EXCEL 94

Cocuyo delantero faro izquierdo	EXCEL 94
Stop trasero derecho	HYUNDAI GETZ 06/07
Stop trasero izquierdo	HYUNDAI GETZ 06/07
Faro delantero derecho	TUCSON 05/08
Faro delantero izquierdo	TUCSON 05/08
Faro delantero neblina derecho	TUCSON 05
Faro delantero neblina izquierdo	TUCSON 05
Parachoques delantero	ACCENT 98
Parachoques trasero	ACCENT 98
Stop trasero derecho	KIA PICANTO 06/07
Stop trasero izquierdo	KIA PICANTO 06/07
Faro delantero derecho	MITSUBISHI LANCER 97/9
Faro delantero izquierdo	MITSUBISHI LANCER 97/9
Cocuyo delantero derecho	MITSUBISHI LANCER 97
Cocuyo delantero izquierdo	MITSUBISHI LANCER 97
SopORTE Radiador	LANCER 97/99
Parachoques trasero L300	MITSUBISHI PAN
Carter plástico guardafango delantero derecho	LANCER
Carter plástico guardafango delantero izquierdo	LANCER
Parachoques delantero	LANCER 97
Parachoques trasero	LANCER 97
Parachoques delantero	LANCER 05/09 1,6
Parachoques trasero	LANCER 05/09 1,6
Faro delantero izquierdo	COROLLA AE111 2001/02
Faro stop trasero derecho	AE110 99
Faro stop trasero izquierdo	AE110 99
Cocuyo delantero derecho	COROLLA AE111
Cocuyo delantero izquierdo	COROLLA AE111
Parrilla	TERIOS 03
Guardafango derecho	COROLLA 03
Guardafango izquierdo	COROLLA 03
Parrilla negra	COROLLA AVILA 84/87
Parrilla negra	COROLLA ARAYA 88/90
Parrilla negra	COROLLA AE111 99/00
Guardafango derecho	HILUX 06/08
Guardafango izquierdo	HILUX 06/08
Guardafango derecho	HILUX KAVAK 06/08
Guardafango izquierdo	HILUX KAVAK 06/08
Capot	STARLET 96/99
Guardafango derecho	YARIS 07

Guardafango izquierdo	YARIS 07
Carter plástico guardafango delantero derecho	COROLLA
Carter plástico guardafango delantero izquierdo	COROLLA
Carter plástico guardafango delantero derecho	COROLLA 331
Carter plástico guardafango delantero izquierdo	COROLLA 331
Carter plástico guardafango delantero derecho	COROLLA 3121
Carter plástico guardafango delantero izquierdo	COROLLA 3121
Parachoques delantero	NEW SENSATION 03/08
Parachoques trasero	NEW SENSATION 03/08
Electroventilador A/A	COROLLA AE100 93/96
Electroventilador radiador	COROLLA AE82 86/89
Electroventilador radiador	COROLLA AE100 93/86
Parachoques delantero	TERIOS 03/08
Parrilla negra	COROLLA 86/89
Parrilla negra	COROLLA 90/93
Capot	COROLLA 94 UP
Guardafango delantero derecho	COROLLA 94
Guardafango delantero izquierdo	COROLLA 94
Mica tapa maleta gris	AE100 93/96
Faro delantero derecho	TERIOS 03
Faro delantero izquierdo	TERIOS 03
Faro delantero derecho	COROLLA 94/98
Faro delantero derecho	COROLLA 90/93
Faro delantero izquierdo	COROLLA 94/98
Faro delantero izquierdo	COROLLA 90/93
Stop trasero derecho	COROLLA 86/89
Stop trasero izquierdo	COROLLA 86/89
Cocuyo parachoques delantero	COROLLA AE100 94
Cocuyo parachoques delantero derecho	COROLLA 86/89
Cocuyo parachoques izquierdo	AE100 COROLLA 94
Cocuyo parachoques derecho	AE100 COROLLA 94
Cocuyo delantero izquierdo	COROLLA 86/89
Cocuyo delantero izquierdo	COROLLA AE100 94/
Parachoques delantero	HIACE
Parachoques delantero	YARIS SPORT 06/08
Parachoques delantero	YARIS BELTA 07/09

Parachoques delantero	COROLLA 99/00
Parachoques delantero	HILUX KAVAK 4X4
Parachoques delantero	4RUNNER
Parachoques delantero	COROLLA 94/98

## **ANEXO C**

### **Encuesta desarrollada a personas naturales**

1. Consigue Ud. todos los repuestos en la casa comercial o proveedor de su preferencia?
2. Cuanto tiempo espera el repuesto si no lo hay?
3. Considera Ud. los precios justos a su poder adquisitivo?
4. Cuál es la marca y modelo de su vehículo?
5. Tiene usted el automóvil asegurado?
6. Es la compañía aseguradora la que le provee los repuestos para la reparación a través de un taller mecánico afiliado?
7. Ha tenido algún accidente donde haya requerido de la ayuda del seguro en la consecución de los repuestos?
8. Ha conseguido el repuesto en corto tiempo por parte del seguro para la reparación de su vehículo?
9. Está pensando en comprar otro vehículo o seguir con el que tiene? por qué?

### **Encuesta desarrollada a talleres mecánicos**

1. Consigue Ud. todos los repuestos en la casa comercial o proveedor de su preferencia?
2. La empresa aseguradora de su cliente le provee todos los insumos para la reparación?
3. Obtiene de un solo proveedor todo lo que requiere o tiene que buscar en varios proveedores para conseguir las piezas para reparación?
4. Cuáles son los repuestos que más suele solicitar a su proveedor?
5. Reviste importancia la marca de repuesto que requiere para la reparación? Por qué?
6. Encuentra todos los repuestos que requiere?
- 7.Cuál es el tiempo promedio para la consecución de un repuesto a sus proveedores?
- 8.Cuál es su experiencia con los repuestos originales y lo que no lo son, recomendaría repuestos NO originales?

**ANEXO D**  
**Precios de Cada Producto**  
**Fuente: Autor (2012)**

Faro neblina delantero izquierdo OPTRA 2003	5	116,80	129,78
Faro delantero derecho AVEO 2008	5	476,94	529,93
Faro delantero izquierdo AVEO 2008	5	476,94	529,93
Capot AVEO LS 08/09	5	1.159,20	1.288,00
Guardafango derecho AVEO LS 08/09	5	493,92	548,80
Guardafango izquierdo AVEO LS 08/09	5	493,92	548,80
Parachoque delantero AVEO 04/05	10	514,08	1.142,40
Parachoque delantero AVEO 06/07	35	626,40	4.871,97
Parachoque delantero AVEO LS 08/09	5	856,80	952,00
Capot CHEVY C2/07	5	1.159,20	1.288,00
Guardafango derecho CHEVY C2/07	10	504,00	1.120,00
Guardafango izquierdo CHEVY C2/07	10	504,00	1.120,00
Capot CORSA 00/06	15	725,76	2.419,20
Guardafango derecho CORSA 96/06	15	157,25	524,16
Guardafango izquierdo CORSA 96/06	15	157,25	524,16
Capot OPTRA 06	15	876,96	2.923,20
Guardafango derecho OPTRA 04	10	332,64	739,20
Guardafango izquierdo OPTRA 04	10	332,64	739,20
Carter plástico guardafango delantero derecho CORSA 9	5	101,00	112,22
Carter plástico guardafango delantero izquierdo CORSA 9	5	101,00	112,22
Borde rueda trasera derecha negra CORSA 96	25	29,23	162,40
Borde rueda trasera izquierda negra CORSA 96	25	29,23	162,40
Faro neblina delantero izquierdo OPTRA 06	5	76,61	85,12
Stop trasero derecho AVEO cinco puertas 04/07	10	145,15	322,56
Stop trasero izquierdo AVEO cinco puertas 04/07	10	145,15	322,56
Faro delantero derecho CORSA 00/06	15	191,52	638,40
Faro delantero izquierdo CORSA 00/06	15	191,52	638,40
Faro delantero derecho OPTRA hatchback	5	473,76	526,40
Stop trasero derecho OPTRA 04	5	191,52	212,80
Stop trasero izquierdo OPTRA 04	5	191,52	212,80

Faro delantero izquierdo SPARK 06/08	5	433,44	481,60
Faro delantero derecho SPARK 06/08	5	433,44	481,60
Parachoque delantero SPARK 06/08	5	483,84	537,60
Parachoque trasero SPARK 06/08	5	504,00	560,00
Parachoque delantero CIVIC 96/97	5	650,64	722,93
Parachoque trasero CIVIC 96/97	5	704,62	782,91
Faro delantero derecho HYUNDAI GETZ 06/07	10	341,16	758,13
Faro delantero izquierdo HYUNDAI GETZ 06/07	10	341,16	758,13
Carter plástico guardafango delantero derecho ACCENT	5	98,28	109,20
Carter plástico guardafango delantero izquierdo ACCENT	5	98,28	109,20
Faro delantero derecho HYUNDAI ATTOS 06	5	322,56	358,40
Faro delantero izquierdo HYUNDAI ATTOS 06	5	322,56	358,40
Faro delantero derecho EXCEL 94	5	191,52	212,80
Faro delantero izquierdo EXCEL 94	5	191,52	212,80
Cocuyo delantero faro derecho EXCEL 94	5	40,32	44,80
Cocuyo delantero faro izquierdo EXCEL 94	5	40,32	44,80
Stop trasero derecho HYUNDAI GETZ 06/07	5	171,36	190,40
Stop trasero izquierdo HYUNDAI GETZ 06/07	5	171,36	190,40
Faro delantero derecho TUCSON 05/08	5	483,84	537,60
Faro delantero izquierdo TUCSON 05/08	5	483,84	537,60
Faro delantero neblina derecho TUCSON 05	5	141,12	156,80
Faro delantero neblina izquierdo TUCSON 05	5	141,12	156,80
Parachoque delantero ACCENT 98	100	433,44	9.632,00
Parachoque trasero ACCENT 98	50	473,76	5.264,00
Stop trasero derecho KIA PICANTO 06/07	5	252,00	280,00
Stop trasero izquierdo KIA PICANTO 06/07	5	252,00	280,00
Faro delantero derecho MITSUBISHI LANCER 97/9	5	406,90	452,12
Faro delantero izquierdo MITSUBISHI LANCER 97/9	5	406,90	452,12
Cocuyo delantero derecho MITSUBISHI LANCER 97	5	119,12	132,36
Cocuyo delantero izquierdo MITSUBISHI LANCER 97	5	119,12	132,36
Soporte Radiador LANCER 97/99	5	564,48	627,20

Carter plástico guardafango delantero izquierdo COROLLA 331	5	92,99	103,32
Carter plástico guardafango delantero derecho COROLLA 3121	5	217,35	241,50
Carter plástico guardafango delantero izquierdo COROLLA 3121	5	217,35	241,50
Parachoque delantero NEW SENSATION 03/08	35	1.037,58	8.070,10
Parachoque trasero NEW SENSATION 03/08	20	1.073,22	4.769,86
Electroventilador A/A COROLLA AE100 93/96	5	342,72	380,80
Electroventilador radiador COROLLA AE82 86/89	10	372,96	828,80
Electroventilador radiador COROLLA AE100 93/86	10	362,88	806,40
Parachoque delantero TERIOS 03/08	5	655,20	728,00
Parrilla negra COROLLA 86/89	5	88,83	98,70
Parrilla negra COROLLA 90/93	5	75,60	84,00
Capot COROLLA 94 UP	5	745,32	828,13
Guardafango delantero derecho COROLLA 94	5	270,77	300,86
Guardafango delantero izquierdo COROLLA 94	5	270,77	300,86
Míca tapamaleta gris AE100 93/96	5	191,52	212,80
Faro delantero derecho TERIOS 03	5	302,40	336,00
Faro delantero izquierdo TERIOS 03	5	302,40	336,00
Faro delantero derecho COROLLA 94/98	5	250,61	278,46
Faro delantero derecho COROLLA 90/93	5	261,70	290,78
Faro delantero izquierdo COROLLA 94/98	5	250,61	278,46
Faro delantero izquierdo COROLLA 90/93	5	261,70	290,78
Stop trasero derecho COROLLA 86/89	5	250,61	278,46
Stop trasero izquierdo COROLLA 86/89	5	261,70	290,78
Cocuyo parachoque delantero COROLLA AE100 94	10	139,68	310,41
Cocuyo parachoque delantero derecho COROLLA 86/89	5	139,68	155,20
Cocuyo parachoque izquierdo AE100 COROLLA 94	10	47,45	105,45
Cocuyo parachoque derecho AE100 COROLLA 94	15	28,45	94,84
Cocuyo delantero izquierdo COROLLA 86/89	5	55,57	61,74
Cocuyo delantero izquierdo COROLLA AE100 94/98	10	64,54	143,42
Parachoque delantero HIACE	15	1.493,53	4.978,43
Parachoque delantero YARIS SPORT 06/08	15	1.159,20	3.864,00
Parachoque delantero YARIS BELTA 07/09	5	1.234,80	1.372,00
Parachoque delantero COROLLA 99/00	10	329,62	732,48
Parachoque delantero HILUX KAVAK 4X4	5	1.461,60	1.624,00
Parachoque delantero 4RUNNER	5	1.486,80	1.652,00

Cocuyo delantero izquierdo MITSUBISHI LANCER 97	5	119,12	132,36
Soporte Radiador LANCER 97/99	5	564,48	627,20
Parachoque trasero L300 MITSUBISHI PAN	5	408,52	453,91
Carter plástico guardafango delantero derecho LANCER	15	73,03	243,43
Carter plástico guardafango delantero izquierdo LANCER	15	73,03	243,43
Parachoque delantero LANCER 97	5	1.172,10	1.302,34
Parachoque trasero LANCER 97	5	885,18	983,53
Parachoque delantero LANCER 05/09 1,6	5	1.638,00	1.820,00
Parachoque trasero LANCER 05/09 1,6	5	1.638,00	1.820,00
Faro delantero izquierdo COROLLA AE111 2001/02	5	500,85	556,50
Faro stop trasero derecho AE110 99	5	302,40	336,00
Faro stop trasero izquierdo AE110 99	5	302,40	336,00
Cocuyo delantero derecho COROLLA AE111	5	74,29	82,54
Cocuyo delantero izquierdo COROLLA AE111	5	74,29	82,54
Parrilla TERIOS 03	5	191,52	212,80
Guardafango derecho COROLLA 03	10	267,12	593,60
Guardafango izquierdo COROLLA 03	10	267,12	593,60
Parrilla negra COROLLA AVILA 84/87	10	65,52	145,60
Parrilla negra COROLLA ARAYA 88/90	10	73,58	163,52
Parrilla negra COROLLA AE111 99/00	10	40,32	89,60
Guardafango derecho HILUX 06/08	10	327,60	728,00
Guardafango izquierdo HILUX 06/08	10	327,60	728,00
Guardafango derecho HILUX KAVAK 06/08	5	352,80	392,00
Guardafango izquierdo HILUX KAVAK 06/08	5	352,80	392,00
Capot STARLET 96/99	5	856,80	952,00
Guardafango derecho YARIS 07	5	302,40	336,00
Guardafango izquierdo YARIS 07	5	302,40	336,00
Carter plástico guardafango delantero derecho COROLLA	10	85,20	189,34
Carter plástico guardafango delantero izquierdo COROLLA	10	85,20	189,34
Carter plástico guardafango delantero derecho COROLLA 331	5	92,99	103,32
Carter plástico guardafango delantero derecho COROLLA 331	5	92,99	103,32

**Precios para cada producto, tabla de precios en base a la competencia.  
Fuente: Autor (2012)**

PRODUCTO	INVENTARIO ANUAL	Precio de venta sugerido a Seguros	Precio de la Venta sugerido a Personas Naturales y Talleres	Media de precios de la competencia	Diferencia %
Stop trasero derecho para LUV D-MAX 2002	5	169,80	188,66	173,93	-7,81
Stop trasero izquierdo para LUV D-MAX 2002	5	162,44	180,49	166,80	-7,58
Cocuyo parachoque delantero derecho LUV D-MAX 200	5	165,34	183,71	198,77	8,20
Cocuyo parachoque delantero izquierdo LUV D-MAX 200	5	165,34	183,71	198,77	8,20
Capot LUV D-MAX ISUZU 05	5	856,80	952,00	1030,06	8,20
Parachoque delantero FORD LASER	5	535,50	595,00	643,79	8,20
Espejo delantero SILVERADO manual 99	5	609,69	677,43	732,98	8,20
Espejo izquierdo SILVERADO manual 99	5	609,69	677,43	732,98	8,20
Espejo derecho GRAND BLAZER eléctrico 92/9	5	663,84	737,60	798,09	8,20
Espejo izquierdo GRAND BLAZER eléctrico 92/97	5	663,84	737,60	798,09	8,20
Espejo derecho CAVALIER eléctrico 95/97	5	645,35	717,05	775,85	8,20
Espejo izquierdo CAVALIER eléctrico 95/97	5	645,35	717,05	775,85	8,20
Espejo derecho GRAND VITARA eléctrico	5	1.049,66	1.166,28	1261,92	8,20
Espejo izquierdo GRAND VITARA eléctrico	5	1.049,66	1.166,28	1261,92	8,20
Espejo derecho eléctrico SILVERADO 2004	5	800,60	889,56	962,50	8,20
Espejo izquierdo eléctrico SILVERADO 2004	5	800,60	889,56	962,50	8,20
Espejo eléctrico derecho SILVERADO 2007	5	906,14	1.006,82	1089,38	8,20
Espejo eléctrico izquierdo SILVERADO 2007	5	906,14	1.006,82	1089,38	8,20
Espejo derecho CORSA/CHEVY manual 96/08	10	116,93	259,84	140,57	8,20
Espejo izquierdo CORSA/CHEVY manual 96/08	10	116,93	259,84	140,57	8,20
Faro delantero derecho AVEO 2006	5	368,55	409,50	486,29	18,75
Faro delantero izquierdo AVEO 2006	5	368,55	409,50	486,29	18,75
Stop trasero derecho AVEO cuatro puertas 04/07	15	160,65	535,50	248,03	38,95
Stop trasero izquierdo AVEO cuatro puertas 04/07	15	160,65	535,50	248,03	38,95
Faro delantero derecho OPTRA 2004	10	330,75	735,00	438,55	19,33
Faro delantero izquierdo OPTRA 2004	10	330,75	735,00	524,70	42,77
Faro neblina delantero derecho OPTRA 2003	5	116,80	129,78	140,54	8,29
Faro neblina delantero izquierdo OPTRA 2003	5	116,80	129,78	129,65	-0,10
Faro delantero derecho AVEO 2008	5	476,94	529,93	591,31	11,58
Faro delantero izquierdo AVEO 2008	5	476,94	529,93	591,31	11,58
Capot AVEO LS 08/09	5	1.159,20	1.288,00	1393,62	8,20
Guardafango derecho AVEO LS 08/09	5	493,92	548,80	593,80	8,20
Guardafango izquierdo AVEO LS 08/09	5	493,92	548,80	593,80	8,20
Parachoque delantero AVEO 04/05	10	514,08	1.142,40	602,93	5,55
Parachoque delantero AVEO 06/07	35	626,40	4.871,97	746,83	7,30
Parachoque delantero AVEO LS 08/09	5	856,80	952,00	1030,06	8,20
Capot CHEVY C2/07	5	1.159,20	1.288,00	1086,90	-15,61

Guardafango derecho CHEVY C2/07	10	504,00	1.120,00	605,92	8,20
Guardafango izquierdo CHEVY C2/07	10	504,00	1.120,00	605,92	8,20
Capot CORSA 00/06	15	725,76	2.419,20	872,52	8,20
Guardafango derecho CORSA 96/06	15	157,25	524,16	189,05	8,20
Guardafango izquierdo CORSA 96/06	15	157,25	524,16	189,05	8,20
Capot OPTRA 06	15	876,96	2.923,20	898,99	-7,74
Guardafango derecho OPTRA 04	10	332,64	739,20	405,60	9,74
Guardafango izquierdo OPTRA 04	10	332,64	739,20	440,93	19,30
Carter plástico guardafango delantero derecho CORSA 9	5	101,00	112,22	170,74	52,14
Carter plástico guardafango delantero izquierdo CORSA 9	5	101,00	112,22	121,43	8,20
Borde rueda trasera derecha negra CORSA 96	25	29,23	162,40	35,14	8,20
Borde rueda trasera izquierda negra CORSA 96	25	29,23	162,40	35,14	8,20
Faro neblina delantero izquierdo OPTRA 06	5	76,61	85,12	90,70	6,56
Stop trasero derecho AVEO cinco puertas 04/07	10	145,15	322,56	201,02	24,64
Stop trasero izquierdo AVEO cinco puertas 04/07	10	145,15	322,56	174,50	8,20
Faro delantero derecho CORSA 00/06	15	191,52	638,40	237,26	11,50
Faro delantero izquierdo CORSA 00/06	15	191,52	638,40	237,26	11,50
Faro delantero derecho OPTRA hatchback	5	473,76	526,40	569,56	8,20
Stop trasero derecho OPTRA 04	5	191,52	212,80	245,66	15,44
Stop trasero izquierdo OPTRA 04	5	191,52	212,80	375,13	76,28
Faro delantero izquierdo SPARK 06/08	5	433,44	481,60	531,61	10,38
Faro delantero derecho SPARK 06/08	5	433,44	481,60	531,61	10,38
Parachoque delantero SPARK 06/08	5	483,84	537,60	581,68	8,20
Parachoque trasero SPARK 06/08	5	504,00	560,00	605,92	8,20
Parachoque delantero CIVIC 96/97	5	650,64	722,93	782,21	8,20
Parachoque trasero CIVIC 96/97	5	704,62	782,91	847,11	8,20
Faro delantero derecho HYUNDAI GETZ 06/07	10	341,16	758,13	410,15	8,20
Faro delantero izquierdo HYUNDAI GETZ 06/07	10	341,16	758,13	410,15	8,20
Carter plástico guardafango delantero derecho ACCENT	5	98,28	109,20	118,15	8,20
Carter plástico guardafango delantero izquierdo ACCENT	5	98,28	109,20	118,15	8,20
Faro delantero derecho HYUNDAI ATTOS 06	5	322,56	358,40	387,79	8,20
Faro delantero izquierdo HYUNDAI ATTOS 06	5	322,56	358,40	387,79	8,20
Faro delantero derecho EXCEL 94	5	191,52	212,80	230,25	8,20
Faro delantero izquierdo EXCEL 94	5	191,52	212,80	230,25	8,20
Cocuyo delantero faro derecho EXCEL 94	5	40,32	44,80	48,47	8,20
Cocuyo delantero faro izquierdo EXCEL 94	5	40,32	44,80	48,47	8,20
Stop trasero derecho HYUNDAI GETZ 06/07	5	171,36	190,40	206,01	8,20
Stop trasero izquierdo HYUNDAI GETZ 06/07	5	171,36	190,40	206,01	8,20
Faro delantero derecho TUCSON 05/08	5	483,84	537,60	581,68	8,20
Faro delantero izquierdo TUCSON 05/08	5	483,84	537,60	581,68	8,20

Faro delantero neblina derecho TUCSON 05	5	141,12	156,80	169,66	8,20
Faro delantero neblina izquierdo TUCSON 05	5	141,12	156,80	169,66	8,20
Parachoque delantero ACCENT 98	100	433,44	9.632,00	521,09	8,20
Parachoque trasero ACCENT 98	50	473,76	5.264,00	569,56	8,20
Stop trasero derecho KIA PICANTO 06/07	5	252,00	280,00	302,96	8,20
Stop trasero izquierdo KIA PICANTO 06/07	5	252,00	280,00	302,96	8,20
Faro delantero derecho MITSUBISHI LANCER 97/9	5	406,90	452,12	489,19	8,20
Faro delantero izquierdo MITSUBISHI LANCER 97/9	5	406,90	452,12	489,19	8,20
Cocuyo delantero derecho MITSUBISHI LANCER 97	5	119,12	132,36	143,21	8,20
Cocuyo delantero izquierdo MITSUBISHI LANCER 97	5	119,12	132,36	126,19	-4,66
SopORTE Radiador LANCER 97/99	5	564,48	627,20	597,99	-4,66
Parachoque trasero L300 MITSUBISHI PAN	5	408,52	453,91	432,77	-4,66
Carter plástico guardafango delantero derecho LANCER	15	73,03	243,43	77,37	-4,66
Carter plástico guardafango delantero izquierdo LANCER	15	73,03	243,43	77,37	-4,66
Parachoque delantero LANCER 97	5	1.172,10	1.302,34	1278,15	-1,86
Parachoque trasero LANCER 97	5	885,18	983,53	965,26	-1,86
Parachoque delantero LANCER 05/09 1,6	5	1.638,00	1.820,00	1786,20	-1,86
Parachoque trasero LANCER 05/09 1,6	5	1.638,00	1.820,00	1786,20	-1,86
Faro delantero izquierdo COROLLA AE111 2001/02	5	500,85	556,50	546,17	-1,86
Faro stop trasero derecho AE110 99	5	302,40	336,00	329,76	-1,86
Faro stop trasero izquierdo AE110 99	5	302,40	336,00	329,76	-1,86
Cocuyo delantero derecho COROLLA AE111	5	74,29	82,54	81,01	-1,86
Cocuyo delantero izquierdo COROLLA AE111	5	74,29	82,54	81,01	-1,86
Parrilla TERIOS 03	5	191,52	212,80	208,85	-1,86
Guardafango derecho COROLLA 03	10	267,12	593,60	291,29	-1,86
Guardafango izquierdo COROLLA 03	10	267,12	593,60	291,29	-1,86
Parrilla negra COROLLA AVILA 84/87	10	65,52	145,60	71,45	-1,86
Parrilla negra COROLLA ARAYA 88/90	10	73,58	163,52	80,24	-1,86
Parrilla negra COROLLA AE111 99/00	10	40,32	89,60	43,97	-1,86
Guardafango derecho HILUX 06/08	10	327,60	728,00	357,24	-1,86
Guardafango izquierdo HILUX 06/08	10	327,60	728,00	357,24	-1,86
Guardafango derecho HILUX KAVAK 06/08	5	352,80	392,00	384,72	-1,86
Guardafango izquierdo HILUX KAVAK 06/08	5	352,80	392,00	384,72	-1,86
Capot STARLET 96/99	5	856,80	952,00	934,32	-1,86
Guardafango derecho YARIS 07	5	302,40	336,00	329,76	-1,86
Guardafango izquierdo YARIS 07	5	302,40	336,00	329,76	-1,86
Carter plástico guardafango delantero derecho COROLLA	10	85,20	189,34	92,91	-1,86
Carter plástico guardafango delantero izquierdo COROLLA	10	85,20	189,34	92,91	-1,86
Carter plástico guardafango delantero derecho COROLLA 331	5	92,99	103,32	101,40	-1,86
Carter plástico guardafango delantero izquierdo COROLLA 331	5	92,99	103,32	101,40	-1,86

Carter plástico guardafango delantero derecho COROLLA 3121	5	217,35	241,50	237,02	-1,86
Carter plástico guardafango delantero izquierdo COROLLA 3121	5	217,35	241,50	237,02	-1,86
Parachoque delantero NEW SENSATION 03/08	35	1.037,88	8.070,10	1131,46	-1,86
Parachoque trasero NEW SENSATION 03/08	20	1.073,22	4.769,86	1170,32	-1,86
Electroventilador A/A COROLLA AE100 93/96	5	342,72	380,80	373,73	-1,86
Electroventilador radiador COROLLA AE82 86/89	10	372,96	828,80	406,70	-1,86
Electroventilador radiador COROLLA AE100 93/86	10	362,88	806,40	395,71	-1,86
Parachoque delantero TERIOS 03/08	5	655,20	728,00	714,48	-1,86
Parrilla negra COROLLA 86/89	5	88,83	98,70	96,87	-1,86
Parrilla negra COROLLA 90/93	5	75,60	84,00	82,44	-1,86
Capot COROLLA 94 UP	5	745,32	828,13	812,75	-1,86
Guardafango delantero derecho COROLLA 94	5	270,77	300,86	295,27	-1,86
Guardafango delantero izquierdo COROLLA 94	5	270,77	300,86	295,27	-1,86
Mica tapameta gris AE100 93/96	5	191,52	212,80	208,85	-1,86
Faro delantero derecho TERIOS 03	5	302,40	336,00	329,76	-1,86
Faro delantero izquierdo TERIOS 03	5	302,40	336,00	329,76	-1,86
Faro delantero derecho COROLLA 94/98	5	250,61	278,46	273,29	-1,86
Faro delantero derecho COROLLA 90/93	5	261,70	290,78	285,38	-1,86
Faro delantero izquierdo COROLLA 94/98	5	250,61	278,46	273,29	-1,86
Faro delantero izquierdo COROLLA 90/93	5	261,70	290,78	285,38	-1,86
Stop trasero derecho COROLLA 86/89	5	250,61	278,46	273,29	-1,86
Stop trasero izquierdo COROLLA 86/89	5	261,70	290,78	285,38	-1,86
Cocuyo parachoque delantero COROLLA AE100 94	10	139,68	310,41	152,32	-1,86
Cocuyo parachoque delantero derecho COROLLA 86/89	5	139,68	155,20	152,32	-1,86
Cocuyo parachoque izquierdo AE100 COROLLA 94	10	47,45	105,45	51,74	-1,86
Cocuyo parachoque derecho AE100 COROLLA 94	15	28,45	94,84	31,02	-1,86
Cocuyo delantero izquierdo COROLLA 86/89	5	55,57	61,74	60,59	-1,86
Cocuyo delantero izquierdo COROLLA AE100 94/98	10	64,54	143,42	70,38	-1,86
Parachoque delantero HIACE	15	1.493,53	4.978,43	1628,66	-1,86
Parachoque delantero YARIS SPORT 06/08	15	1.159,20	3.864,00	1264,08	-1,86
Parachoque delantero YARIS BELTA 07/09	5	1.234,80	1.372,00	1346,52	-1,86
Parachoque delantero COROLLA 99/00	10	329,62	732,48	359,44	-1,86
Parachoque delantero HILUX KAVAK 4X4	5	1.461,60	1.624,00	1593,84	-1,86
Parachoque delantero 4RUNNER	5	1.486,80	1.652,00	1621,32	-1,86

Faro delantero derecho HYUNDAI ATTOS 06	358,40	504,27	491,37	563,81	479,54
Faro delantero izquierdo HYUNDAI ATTOS 06	358,40	504,27	491,37	563,81	479,54
Faro delantero derecho EXCEL 94	212,80	299,41	291,75	364,20	284,73
Faro delantero izquierdo EXCEL 94	212,80	299,41	291,75	364,20	284,73
Cocuyo delantero fño derecho EXCEL 94	44,80	63,03	61,42	133,87	59,94
Cocuyo delantero fño izquierdo EXCEL 94	44,80	63,03	61,42	133,87	59,94
Stop trasero derecho HYUNDAI GETZ 06/07	190,40	267,89	261,04	333,49	254,76
Stop trasero izquierdo HYUNDAI GETZ 06/07	190,40	267,89	261,04	333,49	254,76
Faro delantero derecho TUCSON 05/08	537,60	756,40	737,05	809,50	719,31
Faro delantero izquierdo TUCSON 05/08	537,60	756,40	737,05	809,50	719,31
Faro delantero neblina derecho TUCSON 05	156,80	220,62	214,97	287,42	209,80
Faro delantero neblina izquierdo TUCSON 05	156,80	220,62	214,97	287,42	209,80
Parachoque delantero ACCENT 98	481,60	677,61	660,27	732,72	644,38
Parachoque trasero ACCENT 98	526,40	740,64	721,69	794,14	704,32
Stop trasero derecho KIA PICANTO 06/07	280,00	393,96	383,88	456,33	374,64
Stop trasero izquierdo KIA PICANTO 06/07	280,00	393,96	383,88	456,33	374,64
Faro delantero derecho MITSUBISHI LANCER 97/9	452,12	636,13	619,85	692,30	604,93
Faro delantero izquierdo MITSUBISHI LANCER 97/9	452,12	636,13	619,85	692,30	604,93
Cocuyo delantero derecho MITSUBISHI LANCER 97	132,36	186,22	181,46	253,91	177,09
Cocuyo delantero izquierdo MITSUBISHI LANCER 97	132,36	186,22	181,46	253,91	177,09
Soporte Radiador LANCER 97/99	627,20	882,47	859,89	932,34	839,19
Parachoque trasero L300 MITSUBISHI PAN	453,91	638,65	622,31	694,75	607,33
Carter pástico guardafango delantero derecho LANCER	81,14	114,17	111,25	183,70	108,57
Carter pástico guardafango delantero izquierdo LANCER	81,14	114,17	111,25	183,70	108,57
Parachoque delantero LANCER 97	1.302,34	1.832,39	1.785,50	1.857,95	1.742,53
Parachoque trasero LANCER 97	983,53	1.383,82	1.348,42	1.420,86	1.315,96
Parachoque delantero LANCER 05/09 1,6	1.820,00	2.560,74	2.495,22	2.567,67	2.435,16
Parachoque trasero LANCER 05/09 1,6	1.820,00	2.560,74	2.495,22	2.567,67	2.435,16
Faro delantero izquierdo COROLLA AE111 2001/02	556,50	783,00	762,96	835,41	744,60
Faro stop trasero derecho AE110 99	336,00	472,75	460,66	533,10	449,57
Faro stop trasero izquierdo AE110 99	336,00	472,75	460,66	533,10	449,57
Cocuyo delantero derecho COROLLA AE111	82,54	116,14	113,17	185,61	110,44
Cocuyo delantero izquierdo COROLLA AE111	82,54	116,14	113,17	185,61	110,44
Parrilla TERIOS 03	212,80	299,41	291,75	364,20	284,73
Guardafango derecho COROLLA 03	296,80	417,60	406,91	479,36	397,12
Guardafango izquierdo COROLLA 03	296,80	417,60	406,91	479,36	397,12
Parrilla negra COROLLA AVILA 84/87	72,80	102,43	99,81	172,26	97,41
Parrilla negra COROLLA ARAYA 88/90	81,76	115,04	112,09	184,54	109,39
Parrilla negra COROLLA AE111 99/00	44,80	63,03	61,42	133,87	59,94
Guardafango derecho HILUX 06/08	364,00	512,15	499,04	571,49	487,03
Guardafango izquierdo HILUX 06/08	364,00	512,15	499,04	571,49	487,03
Guardafango derecho HILUX KAVAK 06/08	392,00	551,54	537,43	609,88	524,50
Guardafango izquierdo HILUX KAVAK 06/08	392,00	551,54	537,43	609,88	524,50
Capot STARLET 96/99	952,00	1.339,46	1.305,19	1.377,64	1.273,78
Guardafango derecho YARIS 07	336,00	472,75	460,66	533,10	449,57
Guardafango izquierdo YARIS 07	336,00	472,75	460,66	533,10	449,57
Carter plástico guardafango delantero derecho COROLLA	94,67	133,20	129,79	202,24	126,67
Carter plástico guardafango delantero izquierdo COROLLA	94,67	133,20	129,79	202,24	126,67
Carter plástico guardafango delantero derecho COROLLA 331	103,32	145,37	141,65	214,10	138,24
Carter plástico guardafango delantero izquierdo COROLLA 331	103,32	145,37	141,65	214,10	138,24

Faro neblina delantero izquierdo OPTRA 2003	5	116,80	129,78
Faro delantero derecho AVEO 2008	5	476,94	529,93
Faro delantero izquierdo AVEO 2008	5	476,94	529,93
Capot AVEO LS 08/09	5	1.159,20	1.288,00
Guardafango derecho AVEO LS 08/09	5	493,92	548,80
Guardafango izquierdo AVEO LS 08/09	5	493,92	548,80
Parachoque delantero AVEO 04/05	10	514,08	1.142,40
Parachoque delantero AVEO 06/07	35	626,40	4.871,97
Parachoque delantero AVEO LS 08/09	5	856,80	952,00
Capot CHEVY C2/07	5	1.159,20	1.288,00
Guardafango derecho CHEVY C2/07	10	504,00	1.120,00
Guardafango izquierdo CHEVY C2/07	10	504,00	1.120,00
Capot CORSA 00/06	15	725,76	2.419,20
Guardafango derecho CORSA 96/06	15	157,25	524,16
Guardafango izquierdo CORSA 96/06	15	157,25	524,16
Capot OPTRA 06	15	876,96	2.923,20
Guardafango derecho OPTRA 04	10	332,64	739,20
Guardafango izquierdo OPTRA 04	10	332,64	739,20
Carter plástico guardafango delantero derecho CORSA 9	5	101,00	112,22
Carter plástico guardafango delantero izquierdo CORSA 9	5	101,00	112,22
Borde rueda trasera derecha negra CORSA 96	25	29,23	162,40
Borde rueda trasera izquierda negra CORSA 96	25	29,23	162,40
Faro neblina delantero izquierdo OPTRA 06	5	76,61	85,12
Stop trasero derecho AVEO cinco puertas 04/07	10	145,15	322,56
Stop trasero izquierdo AVEO cinco puertas 04/07	10	145,15	322,56
Faro delantero derecho CORSA 00/06	15	191,52	638,40
Faro delantero izquierdo CORSA 00/06	15	191,52	638,40
Faro delantero derecho OPTRA hatchback	5	473,76	526,40
Stop trasero derecho OPTRA 04	5	191,52	212,80
Stop trasero izquierdo OPTRA 04	5	191,52	212,80