

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ESCUELA DE CONTADURÍA PÚBLICA

“ANÁLISIS FINANCIERO PARA PROYECTO DE APERTURA DE SUCURSAL: CASO PRÁCTICO DE EMPRESA DEDICADA A LA COMERCIALIZACIÓN DE REPUESTOS AUTOMOTRICES”

**TRABAJO DE INVESTIGACION PRESENTADO POR:**

WENDY SORAYA MENJIVAR ANGEL  
LORENA ELIZABETH GUADRON MONTES  
EDIN LORENA RIVERA AGUILAR

PARA OPTAR AL GRADO DE :  
LICENCIADA EN CONTADURÍA PÚBLICA

**FACILITADOR ESPECIALISTA:**

MSC. JONNY FRANCISCO MERCADO CARRILLO

**FACILITADOR METODOLÓGICO:**

LIC. MAURICIO ERNESTO MAGAÑA MENÉNDEZ

**FEBRERO 2012**

**San Salvador, El Salvador, Centroamérica**

**Universidad de El Salvador  
Autoridades Universitarias**

Rector : Ingeniero Mario Roberto Nieto Lovo

Vice- rectora académica : Licenciada Ana María Glower de Alvarado

Secretaria General : Doctora Ana Leticia Zavaleta de Amaya

### **Facultad de Ciencias Económicas**

Decano : Máster Roger Armando Arias

Vice decano : Máster Álvaro Calero Rodas

Secretario Facultad : Máster José Siriaco Gutiérrez Contreras

Directora de la Escuela  
de Contaduría Pública : Licenciada María Margarita Martínez Mendoza

Coordinador de Seminario : Licenciado Roberto Carlos Jovel Jovel

Asesores especialista- metodológico : Master Jonny Francisco Mercado  
Carrillo

Licenciado Mauricio Ernesto Magaña

Menéndez

Jurado examinador : Licenciado Mauricio Ernesto Magaña  
Menéndez

Licenciado Roberto Carlos Jovel Jovel

### **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco primeramente a Dios por permitirme cumplir este logro, por estar conmigo siempre y ser mi fortaleza en todo momento.

A mis padres por su dedicación, esfuerzo y sacrificio para poder culminar mi carrera, por todo su amor y motivación.

A mi hijo Daniel Alejandro, por ser la inspiración más grande para mi superación y uno de los mejores regalos que me ha dado la vida.

A mi familia, por todo el apoyo incondicional que me han brindado hasta el día de hoy y a todas las personas que han formado parte de todo este proceso, por alentarme a seguir adelante.

**Wendy Soraya Menjívar Angel**

Un profundo agradecimiento a Dios por haberme permitido culminar una meta más en mi

vida; a mis padres Juan Guadron y Guadalupe de Guadron, les agradezco por darme siempre más de lo que yo esperaba, con su apoyo y motivación lo he logrado, por lo cual les dedico de corazón este triunfo. A mis Hermanos, familiares, y amigos, gracias por creer en mí y animarme siempre. Y agradezco la participación de un pilar muy importante en mi vida, Christian Montenegro Gracias por tu amor, paciencia, comprensión y apoyo profesional en este crucial momento de mi vida.

**Lorena Elizabeth Guardón Montes**

Agradezco a Dios por darme la fuerza para seguir adelante y haberme permitido culminar mi carrera, ya que sin el nada de esto hubiera sido posible. A mis padres que siempre me han dado su comprensión y apoyo incondicional, teniéndome paciencia, dando ánimo, acompañando en los momentos difíciles y en los momentos de felicidad, a quienes debo este triunfo profesional, por todo su trabajo y dedicación para darme una formación académica y ejemplos dignos de superación y entrega, para ellos es todo mi agradecimiento.

A toda mi familia, muy en especial a mi abuelita (Q.E.P.D) por todo su apoyo y enseñarme el verdadero sentido de la vida. A todas aquellas personas que de alguna u otra manera colaboraron en la realización de la presente investigación, ya que invirtieron su tiempo y conocimiento para ayudarnos a completar nuestro trabajo.

**Edin Lorena Rivera Aguilar**

## **INDICE**

RESUMEN EJECUTIVO i

INTRODUCCION iii

### **CAPITULO I MARCO TEORICO**

1.1 Antecedentes de comercialización de repuestos automotrices	1
1.2 Características de empresas distribuidoras de repuestos automotrices	2
1.3 Limitantes del sector	2
1.4 Importancia del sector	3
1.5 Conceptos	4
1.6 Análisis financiero	5
1.6.1 Generalidades	5
1.6.2 Clasificación de los métodos de análisis financiero	5
1.6.3 Clasificación de las razones financieras	6
1.6.4 Importancia del análisis financiero	6
1.6.5 Ventajas del análisis financiero	8
1.7 Proyectos de inversión	8
1.7.1 Generalidades	8
1.7.2 Fases de los proyectos de inversión	9
1.7.3 Técnicas de evaluación de proyectos	10
1.7.4 Ventajas y desventajas de los proyectos de inversión	11

1.8 Marco legal	11
1.8.1 Reformas tributarias	13
1.9 Normativa técnica	14
1.10 Diagnostico de opinión gerencial	16
1.11 Diagnostico de estudio de mercado para medir la factibilidad de apertura de una sucursal de venta de repuestos en el municipio de Santa Ana	21

CAPITULO II DESARROLLO DEL CASO PRÁCTICO	24
2.1 Presentación de Estados Financieros de IM Auto repuestos S.A. de C.V.	24
2.2 Análisis de las razones financieras	27
2.3 Propuesta de inversión	28
2.3.1 Idea preliminar	28
2.3.1.1 Generalidades de la empresa	29
2.3.2 Factibilidad	30
2.3.2.1 Estudio de mercado	30
2.3.2.2 Estudio técnico	32
2.3.2.3 Estudio financiero	35
2.3.3 Inversión	36
2.3.3.1 Proyecciones de estados financieros casa matriz	36
2.3.3.2 Proyecciones de estados financieros sucursal	44
2.3.3.2.1 Punto de equilibrio (sucursal)	45
2.3.4 Evaluación del proyecto	55
2.3.4.1 Cálculo de TMAR	55
2.3.4.2 Análisis del valor presente neto	55
2.3.4.3 Periodo de recuperación de la inversión	57
2.3.4.4 Tasa interna de retorno (TIR)	58
2.3.4.5 Estrategias mercadológicas para la apertura de sucursal	58
2.4 Conclusiones y recomendaciones	60
2.4.1 Conclusiones	60
2.4.2 Recomendaciones	61
Bibliografía	62
Anexos	64

## INDICE DE CUADROS

No. 1	Clasificación de razones financieras
No. 2	Reglamento legal
No. 3	Normativa Técnica
No. 4	Análisis del área contable
No. 5	Análisis del área financiera
No. 6	Análisis del área administrativa
No. 7	Análisis estudio de mercado

- No. 8 Costos iniciales de la inversión
- No. 9 Cuadro de amortización préstamo de sucursal
- No.10 Cuadro de ventas estimadas casa matriz
- No. 11 Compras estimadas casa matriz
- No. 12 Determinación del costo de venta
- No. 13 Relación gastos operativos -ventas netas
- No. 14 Tabla de amortización préstamo casa matriz
- No. 15 Determinación de ventas y compras al contado y crédito
- No. 16 Determinación de cobros
- No. 17 Determinación de pagos
- No. 18 Determinación de ventas proyectadas
- No. 19 Compras estimadas sucursal
- No. 20 Determinación del costo de venta
- No. 21 Servicios básicos Casa Matriz - Sucursal
- No. 22 Cuadro cálculos salarios empleados de sucursal
- No. 23 Depreciación de sucursal
- No. 24 Gastos operativos mensuales
- No. 25 Determinación de ventas y compras al contado y crédito
- No. 26 Determinación de cobros
- No. 27 Determinación de pagos

## RESUMEN EJECUTIVO

El estudio surge a partir de la necesidad de poder decidir bajo una evaluación que muestre de una manera objetiva el funcionamiento financiero de las empresas; por la razón que la mayoría de gerentes basa sus inversiones en criterios propios, los cuales carecen de base técnica; poniendo en riesgo sus inversiones a corto y largo plazo.

En esta investigación se expone la importancia que deberían de tener para los gerentes de las empresas comercializadoras de repuestos para vehículos el realizar un análisis financiero con el objetivo de tener una base técnica para tomar decisiones de inversión y que se minimicen los riesgos que puedan surgir: como perdida de capital, incertidumbre en la inversión o la vulnerabilidad de que el negocio siga en marcha.

Tomando la importancia de una evaluación financiera, se encuestó a los niveles gerenciales de empresas que se dedican a la compra y venta de repuestos para vehículos, para identificar si la información financiera es suficiente y oportuna para desarrollar una técnica de análisis financiero retomando aquellos negocios que no lo realizan, destacando las causas de no llevarlo a cabo.

Bajo esta perspectiva, se estudia la aportación que proveen las técnicas de análisis financiero que sean útiles para evaluar a profundidad la situación financiera de la empresa, con el objetivo de tomar decisiones mas acertadas en cuanto a proyectos futuros, porque permite la expansión y el crecimiento de cualquier negocio. Para lograrlo se desarrolla además de una evaluación financiera, un estudio de mercado que permite identificar las necesidades de los clientes potenciales y sus perspectivas para un nuevo local, dedicado a venta de repuestos automotrices ubicado en el Municipio de Santa Ana.

El principal resultado en la encuesta gerencial muestra que un buen porcentaje no realiza ningún tipo de análisis financiero, la causa principal, es la falta de personal capacitado. Otro dato de importancia es que una buena parte de las empresas encuestadas que poseen sucursales

porque tienen falta de interés en aperturar una. Esta perspectiva podría cambiar porque en el estudio de mercado se pudo comprobar que las personas están en la disposición de elegir entre una alternativa mas de compra, siempre y cuando se les ofrezca precios bajos y diversidad de productos.

Considerando estos resultados, se puede concluir que tomando en cuenta una base técnica que permita una evaluación financiera para identificar si es factible invertir en una nueva sucursal y mantenerla a largo plazo; se puede desarrollar proyecciones que permitan visualizar los beneficios del negocio. En cuanto a la factibilidad mercadológica se tienen buenas oportunidades, considerando cubrir las necesidades del mercado y así ubicarse en la preferencia del público.

## INTRODUCCIÓN

Desde el surgimiento de las empresas comercializadores de repuestos automotrices, el país ha tenido un abastecimiento de estos insumos gracias a la proyección de empresarios visionarios que han decidido expandirse por medio de nuevos locales en todo de El Salvador.

Para lograr esto debe de realizarse un análisis financiero que permita evaluar la situación actual de la empresa, comprobando la factibilidad de aperturar una nueva sucursal. La importancia que aporta este diagnóstico es la base para la toma de decisiones acertadas, con el objetivo de minimizar los riesgos que puedan surgir y la sostenibilidad del negocio a futuro.

El estudio se desarrolla bajo un marco teórico y legal que permiten visualizar la importancia de realizar un análisis financiero, así como sus ventajas y desventajas, las clasificaciones de las principales razones financieras y las leyes que rigen a las empresas comerciales

Se desarrolla un caso práctico que permite tomar de modelo una empresa dedicada a la comercialización de repuestos automotrices, la cual desea invertir en una sucursal en la ciudad de Santa Ana.

Se realiza una investigación que evalúa la opinión gerencial de este tema, relacionado a la vez con un estudio de mercado que muestra las necesidades y expectativas del cliente ante un mercado tan competitivo, pero a la vez con oportunidades de crecimiento debido a la demanda que poseen los repuestos automotrices. El área geográfica de dicho estudio es el Municipio de Santa Ana, por ser un mercado con clientes potenciales tomando en cuenta sus más de 261,000 habitantes y el comercio que en este lugar se desarrolla.

Se analiza la factibilidad financiera que posee la empresa modelo y las expectativas de mercado, además se realizan proyecciones para cinco años, con el objetivo de verificar la sostenibilidad del proyecto a futuro y los beneficios que este puede aportar a los accionistas, tomando en cuenta atender las necesidades de los clientes para conseguir ubicarse en los niveles más altos de preferencia del público.



## **CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO**

### **1.1 ANTECEDENTES DE COMERCIALIZACIÓN DE REPUESTOS AUTOMOTRICES**

El surgimiento de las primeras empresas comercializadoras de repuestos automotrices tuvo como predecesor la distribución en El Salvador de los primeros vehículos, lo cual sin duda, logró como efecto un cambio significativo en el desarrollo del país y la vida de sus habitantes.

La historia de este sector se remonta desde 1915, cuando Don Bartolomé Poma visualiza la oportunidad de distribuir automóviles en el país. Concretando en 1919 cuando se inauguraba la primera agencia de automóviles, en la década de los años 30 obtuvieron la distribución de General Motors Corporation.

Con el objeto de brindar un servicio integral se abrieron talleres y almacenes de repuestos. En 1953 se adquirió la distribución exclusiva de Toyota Motor Corporation, siendo los primeros en América y los segundos en el mundo sólo después de Taiwán. <sup>/1</sup>

Otras de las empresas con gran influencia es Súper Repuestos, la cual se constituyó como una empresa comercial el 15 de noviembre de 1972, dedicándose a la compra y venta de, repuestos y accesorios para vehículos automotores, herramientas y lubricantes, entre otros productos. <sup>/2</sup>

Las primeras ventas de repuestos en El Salvador eran importados de Estados Unidos, luego se adicionaron repuestos de origen europeo y asiático, principalmente de países como Inglaterra, Francia, Italia, Corea y Japón, siendo estos dos últimos los de mayor demanda en el país.

El 06 de Julio de 1982 nace la Asociación Salvadoreña de Importadores de Repuestos Automotrices (ASIRA), como una entidad al servicio de sus miembros, estado y consumidores. <sup>/3</sup>

Entre las empresas más destacadas en la importación del sector se mencionan: La casa del repuesto, S.A. de C.V., A&A Repuestos, Impresa repuestos, S.A. de C.V., Súper Repuestos, Gevesa, Omniparts, Econoparts, entre otras.

## **1.2 CARACTERÍSTICAS DE EMPRESAS DISTRIBUIDORAS DE REPUESTOS AUTOMOTRICES**

- Todos los productos que se comercializan son bienes importados
- Existen empresas que se especializan en determinado tipo de repuesto como son: partes de vehículos de transporte público, vehículo familiar, para transporte de carga.
- Los precios de los repuestos pueden variar dependiendo de factores como la devaluación o inflación, o en la económica de los países productores o el tipo de proveedor.
- Son empresas con infraestructura adecuada, capaz de almacenar grandes cantidades de inventarios, obedeciendo a la diversidad de marcas de vehículos.
- La información técnica se encuentra en manuales de aplicación bajo estándares universales de codificación de repuestos.

## **1.3 LIMITANTES DEL SECTOR**

En la actualidad las empresas distribuidoras de repuestos automotrices en El Salvador, se ven limitadas financieramente por no desarrollar una herramienta financiera que les permita la toma de decisiones con mínimos riesgos. La falta de un adecuado análisis financiero crea incertidumbre en los proyectos de inversión y en su vida a largo plazo.

El no realizar los estudios pertinentes ocasionan en el sector: la falta de liquidez, dificultad en el otorgamiento de crédito por parte del sistema bancario, bajo rendimiento en las utilidades; comparaciones empíricas con respecto a resultados de ejercicios anteriores, etc.

Esto surge por la falta de interés de los empresarios de realizar una técnica financiera que les permita encaminar a la empresa al éxito esperado; tomando en consideración los costos que implica llevarlo a cabo; así como la falta de personal especialmente preparado para desarrollar un análisis financiero que permita la evaluación de la factibilidad de proyectos de inversión, para la presente investigación específicamente un proyecto de apertura de sucursal.

Al llevar a cabo un análisis financiero le permitirá a la entidad identificar las deficiencias financieras a tiempo, evitando agudizar la situación de riesgo; tomando en cuenta que a su vez sirve para prevenir problemas, teniendo la opción de resolverlos oportunamente.

#### **1.4 IMPORTANCIA DEL SECTOR**

El sector dedicado a la comercialización de repuestos para vehículos es importante para la economía del país, tomando como parámetro que en el municipio de San Salvador se ubican 106 empresas dedicadas a este rubro, generando la cantidad de 2,628 empleos<sup>4/</sup>, y beneficiando también a los usuarios automotrices, proporcionándoles una alternativa inmediata con el suministro de repuestos. En algunos casos la necesidad de obtener un repuesto específico, hace que el proveedor sirva como puente de contacto entre distribuidores y el usuario, estrechando la brecha que facilita la adquisición del bien.

## **1.5 CONCEPTOS**

Para una mejor comprensión de la problemática expuesta se considera necesario auxiliarse de algunas definiciones relacionadas con el tema de estudio:

### **a) Capital de trabajo neto**

Es el resultado generado de los activos corrientes (efectivo, cuentas por cobrar e inventarios) menos los pasivos corrientes (financiamiento)

### **b) Beneficio económico**

Es un término utilizado para designar la ganancia que se obtiene de una actividad económica.

### **c) Costos hundidos**

Los costos hundidos son desembolsos de efectivo que ya se realizaron (desembolsos pasados), y por lo tanto, no producen ningún efecto sobre los flujos de efectivo relevantes para la decisión de expansión, y se deben suprimir en el análisis y valuación de un proyecto.

### **d) Inversión**

Las inversiones se relacionan con colocaciones de dinero o recursos por parte de la empresa con el fin de obtener una mayor rentabilidad.

### **e) Premio al riesgo**

Es el verdadero crecimiento de dinero, donde el inversionista arriesga su efectivo y por arriesgarlo merece una ganancia adicional sobre la inflación.

### **f) Proyecto de inversión**

Es un conjunto de planes que tienen por objetivo aumentar la productividad de la empresa para incrementar las utilidades, mediante el uso óptimo de los fondos en un plazo razonable.

## **1.6. EL ANÁLISIS FINANCIERO**

### **1.6.1 GENERALIDADES**

El estudio financiero es una herramienta que permite examinar la información económica actual y pasada de una entidad, para lo cual se utiliza una serie de técnicas analíticas de los estados contables para determinar de una mejor manera una estimación sobre la situación presente y resultados futuros, útiles para la toma de decisiones.

### **1.6.2 CLASIFICACIÓN DE LOS MÉTODOS DE ANÁLISIS FINANCIERO**

Las técnicas mas utilizadas en el análisis de la información financiera son:

- a) Comparación: donde se determina las similitudes y diferencias que existen entre las distintas cuentas del balance general, estado de resultados y demás estados; con la finalidad de diagnosticar las variaciones encontradas.

- b) Porcentajes: se puede apreciar con facilidad la composición y variación relativa de cada una de las cuentas de los estados financieros de un periodo respecto a otro, sus utilidades son: servir de base para razonar las entradas y salidas de efectivo o de capital de trabajo en la preparación de flujos de efectivo y del estado de cambios en la situación financiera. En esta técnica los procedimientos que se realizan son el análisis vertical y horizontal.
- c) Método de tendencias: radica en estudiar la predisposición de cada grupo de cuentas significativas entre si, tomando como base un ejercicio con variaciones mínimas. El año base se toma como el 100% y el resto representa las diferencias con respecto a él. Es útil para reflejar tendencias debido a que proporciona una visión rápida de los aumentos y disminuciones correspondientes.
- d) Razones financieras: Es una de las técnicas más usadas en el análisis de los estados financieros, que consiste en relacionar las cuentas que tienen una especial significación, cuyo resultado son números relevantes proporcionales que informan sobre la situación económica de la empresa y su nivel de eficacia para asumir sus responsabilidades monetarias.
- e) Indicadores de gestión: después de realizar los estudios anteriores, se prepara el análisis de este tipo de técnica, con los cuales se puede conocer si las decisiones tomadas han sido acertadas y logrado los objetivos planteados.

### **1.6.3 CLASIFICACIÓN DE LAS RAZONES FINANCIERAS**

Las razones financieras son una de las herramientas más utilizadas por las entidades para medir su capacidad y comportamiento económico. Los principales ratios se muestran en el cuadro No.1.

### **1.6.4 IMPORTANCIA DEL ANÁLISIS FINANCIERO**

El análisis financiero es importante porque permite evaluar la situación económica de un periodo a otro y facilita la toma de decisiones de las partes interesadas como: accionistas, acreedores y propietarios de la compañía.

Los accionistas, actuales y potenciales, se interesan en los niveles presentes y futuros del riesgo y rendimiento de la empresa, que afectan directamente el precio de las acciones. Los acreedores evalúan principalmente la liquidez a corto plazo de la empresa, así como su capacidad para realizar los pagos de los intereses y el principal. Un interés secundario para los acreedores es la rentabilidad de la empresa, ya que desean tener la seguridad de que la empresa está sana.<sup>17</sup>

## Cuadro No.1 Clasificación de razones financieras

RAZONES FINANCIERAS		INTERPRETACIÓN
LIQUIDEZ	Liquidez inmediata	Mide la capacidad que tiene la empresa para satisfacer sus obligaciones a corto plazo a medida que se van venciendo.
	Prueba ácida	
	Razón corriente	
	Solidez	
	Estabilidad	
	Capital neto de trabajo	
RAZONES DE EFICIENCIA	Rotación de inventario	Este tipo de razones mide la efectividad con que la empresa esta administrando los activos que posee.
	Rotación de cuentas por pagar	
	Rotación de cuentas por cobrar	
	Rotación de activos fijos	
	Rotación de activos totales	
RAZONES DE EFICACIA	Utilidad por acción	Mide la eficacia para generar ganancias por cada acción y administración de los gastos con los ingresos.
	Punto de equilibrio	
RAZONES DE ENDEUDAMIENTO	Índice de endeudamiento	Muestra en términos porcentuales la capacidad que tiene la empresa para mantenerse en el corto plazo y la medida en que ha sido financiada con créditos.
	Razón de cargos de interés fijo	
	Margen de utilidad bruta	
RAZONES DE RENTABILIDAD	Margen de utilidad operativa	Mide la capacidad de la empresa para generar ganancias.
	Margen de utilidad neta	
	Rendimiento / Activo totales	
	Retorno sobre el patrimonio	

## **1.6.5 VENTAJAS DEL ANÁLISIS FINANCIERO**

### **a) Ventajas**

- > Es una herramienta que ayuda a la toma de decisiones, a través del análisis de la información financiera histórica.
- > Permite conocer las áreas en que la entidad puede estar fallando.
- > Evalúa la realidad y el comportamiento de la empresa
- > Permite a la administración comparar los resultados obtenidos con los esperados

## **1.7. PROYECTOS DE INVERSIÓN**

### **1.7.1 GENERALIDADES**

Los planes de inversión son estrategias para lograr los objetivos de toda organización de maximizar sus riquezas. Para realizar un proyecto, es necesario estudiarlo desde diferentes puntos de vista como:

- a) Evaluarlo desde una dimensión estratégica, con el fin de asegurarse que este de acuerdo a los objetivos planteados.
  
- b) seguidamente debe analizarse y valorarse desde el panorama financiero, para verificar que la organización cuenta con el capital propio o financiamiento para llevar a cabo el proyecto, además si los rendimientos son mayores que los costos de financiamiento.
  
- c) Luego debe evaluarse con un cuidado específico los riesgos asociados a los proyectos de inversión, explorando toda la gama de escenarios posibles, identificándolos correctamente, cuantificándolos y aceptándolos, planteando las alternativas de acción en caso de éxito o fracaso del proyecto.
  
- d) Y finalmente la dimensión política-económica en el cual opera la empresa, analizándose la influencia que pueden tener los resultados del proyecto para la sociedad, y la inflación o devaluación de la economía en el país.

### **1.7.2 FASES DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN**

Después de ser evaluados desde los puntos de vista anteriores, se procede a analizar la factibilidad a partir de las siguientes etapas:

### **a) Estudio preliminar**

En esta etapa se obtiene la información necesaria sobre el proyecto que se desea ejecutar, los aspectos que se toman en cuenta son:

- i) Antecedentes del proyecto
- ii) Estudio de mercado
- iii) Estudio técnico
- iv) Estudio financiero

### **b) Estudio de factibilidad**

Esta integrado por el análisis económico y financiero de la ejecución de un proyecto, en el se establecen los elementos cuantitativos para tomar decisiones acertadas.

### **c) Montaje y ejecución**

En esta etapa se elabora el programa de las actividades que se realizaran y los tiempos que se tardaran las operaciones hasta que el proyecto este terminado.

### **d) Mantenimiento**

Consiste en la verificación de las condiciones en las que esta marchando el proyecto si son las adecuadas o es necesario hacer algunos ajustes, por ejemplo: capacitación del personal, mantenimiento y venta del bien etc.

## **1.7.3 TÉCNICAS DE EVALUACIÓN DE PROYECTOS**

Las empresas usan los flujos de efectivo, relevantes para tomar decisiones sobre los gastos de capital propuestos. Estas decisiones se expresan con aceptación o rechazo de los proyectos o de las clasificaciones de los proyectos, se utilizan diversas técnicas en esta toma de decisiones, algunas más complejas que otras. A continuación se presentan las más comunes:

### **Valor presente neto (VPN)**

En esta técnica se utiliza una tasa de descuento llamada también rendimiento requerido, representa el beneficio mínimo que debe un proyecto para mantener el valor de mercado de la empresa sin variaciones.

Se calcula de esta forma: al valor presente de las entradas de efectivo descontadas a una tasa igual al costo de capital de la empresa, se le resta la inversión inicial de determinado proyecto.

Si el VPN es mayor que cero se acepta el proyecto, pero si es menor se rechaza el proyecto.

### **Tasa interna de retorno**

Esta técnica es muy compleja debido a que es la tasa de descuento que hace cero el valor presente neto de una inversión y representa el rendimiento anual que se ganaría si se realiza el proyecto y se reciben las entradas de efectivo esperadas. Si la TIR es mayor que la tasa de descuento, se acepta el proyecto, de lo contrario se rechaza.



## 1.7.4 VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN

### a) Ventajas

- i) Se logra una mayor penetración en el mercado.
- ii) Aumenta la productividad, mejora la calidad de los servicios que se prestan.
- iii) Resuelve una necesidad humana, de manera eficiente y rentable.
- iv) Se realiza análisis profundo de viabilidad del proyecto.
- v) La utilización de una tasa de descuento que mide el riesgo del proyecto.
- vi) Los métodos que se aplican para la evaluación de los planes de inversión toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo.

### Desventajas

- i) Que la inversión resulte un costo hundido al no lograr los resultados esperados.
- ii) Recuperación de la inversión en un período no programado.
- iii) Las condiciones de crédito *para financiar el plan de inversión*.
- iv) *Existencia de aspectos legales que puedan afectar la materialización de un proyecto.*

## 1.8 MARCO LEGAL

Todas las compañías deben regirse por procedimientos legales que le permitan su adecuado funcionamiento dentro de los requerimientos que las leyes aplicables establecen. De hacer caso omiso a estos lineamientos los negocios se definen como ilícitos y pueden ser clausurados. Las normativas a las cuales deben someterse las empresas comerciales, se muestran en el cuadro No.2

## Cuadro No. 2 Reglamento

LEGISLACIÓN	ARTS	DESCRIPCIÓN
CODIGO DE COMERCIO	411 al 422	Requisitos y obligaciones que el comerciante debe tener para la regulación de las respectivas matriculas de comercio de sus establecimientos, su renovación y cancelación.
LEY DE REGISTRO DE COMERCIO	Art. 64	Matrícula de Empresa para el caso de las Sociedades
	Art. 63	Derechos de registro-arancel de derecho de registro-multas
LEY GENERAL DE IMPUESTOS MUNICIPALES	Art. 11 al 21	Cancelación de los impuestos según la municipalidad donde se encuentre ubicado el negocio y sus sucursales, si las tuviere.
LEY DE IMPUESTOS A LA TRANSFERENCIA DE BIENES MUEBLES Y PRESTACION DE SERVICIOS	Art. 92 inciso 1, Art. 92 inciso 2, Art.99, Art. 100	Las empresas que se encuentran inscritas en el registro de contribuyentes deberán cumplir con la documentación que establece dicha ley: Crédito Fiscal, facturas, notas de remisión, notas de débito y crédito  Así como deberá cumplir con los procedimientos y tasas que esta ley establece para el hecho generador del impuesto (Art. 4 al 13, art. 54)
LEY DE IMPUESTO SOBRE LA RENTA	Art. 28 al art. 32, y Art. 41	Los comerciantes de repuestos para vehículos estarán sujetos a la disposición de la ley considerándose sujetos pasivos del impuesto, los cuales lo calcularan sobre una base del 25% sobre su renta imponible
LEY DE REGISTRO DE IMPORTADORES	Art. 1, art. 7	Se deberán regir según lo establecido en esta ley todos aquellos comerciantes dedicados a la comercialización de repuestos para vehículos y que a la vez se dediquen a la importación de estos  Inscripción en Registro de Importadores Requisitos de presentación de documentación

### 1.8.1 REFORMAS TRIBUTARIAS

Las reformas tributarias recién aprobadas, se retoman en la investigación, aplicándolas en la estimación de flujos proyectados a partir del 2012.

De los cambios de estos reglamentos, se considera que a la entidad en estudio le aplicarán los siguientes puntos:

1. El pago a cuenta ha incrementado del 1.5% al 1.75 % sobre los ingresos brutos.
  
2. La retención aplicable al pago de dividendos muestra una disminución del 10% al 5%
  
3. Las personas jurídicas pagarán el 25% sólo si su renta imponible es hasta los

\$150,000.00

y cuando sobrepasen dicho monto, el rango aumenta al 30%

4. El monto de la retención de ISR por préstamos a los accionistas o socios, decreció de un 10% al 5%

5. El pago mínimo de impuesto sobre la renta será del 1% sobre la utilidad bruta, si la entidad a presentado dos periodos consecutivos de perdida.

Con estos cambios a la legislación vigente, el gobierno pretende, simplificar el mecanismo de retención de tal forma que permita al estado captar de parte de los agentes económicos, los tributos que contribuyan al sostenimiento del gasto público de una forma más equitativa.

Para el empresario el efecto reformas, podría repercutir en una reestructuración de sus políticas a fin de recuperar en cierta medida el exceso en concepto de impuestos a pagar, para el caso de nuestra investigación, la única variación contemplada hasta el momento, gira en torno a la proyección del pago a cuenta del año 2012 en adelante, que es donde entra en vigencia la normativa.

## 1.9 NORMATIVA TÉCNICA

(Cuadro 3 Normativa)

NORMATIVA	PARRAFO	DESCRIPCIÓN
NIIF-PYME		
S		
Sección 1	1.2	Publicación de los estados financieros con propósito de información general
Pequeñas		
y		
Medianas		
Entidades		
Sección 2	2.1	Establece el objetivo, las definiciones, principios generales y características de los estados financieros para Pymes
Conceptos	2.52	
y		
Principios		
s		
Generales		
	3.2	Los estados financieros se deben presentar razonablemente
Sección 3		
	3.8	A la gerencia le corresponde evaluar la capacidad que tiene la entidad para continuar en funcionamiento
Presentación de	3.17	
Estados		
Financieros		
os		La entidad debe preparar un conjunto completo de estados financieros

Sección 4	4.1 - 4.13	Define las bases para la presentación del estado financiero y sus componentes; activos, pasivos y patrimonio, en un ejercicio dado.
Estado de Situación Financiera	4.5	Clasificación: Activos corrientes, activos no corrientes, pasivos corrientes, pasivos no corrientes
Sección 5	5.1	La entidad debe presentar su resultado integral total para el periodo en uno o dos estados financieros, además se establece la información que tiene que presentarse en esos estados y cómo presentarla.
Estado del Resultado Integral y Estados de Resultados		
Sección 6		Muestra los cambios existentes en el patrimonio en el periodo de presentación
Estado de Cambios en el Patrimonio y Estados de Resultados y Ganancias Acumuladas	6.2	El estado de resultados y ganancias acumuladas presenta los resultados y los cambios en las ganancias acumuladas de una entidad para un periodo sobre el que se informa.
NORMATIVA NIIF-PYMES	PARRAFO	DESCRIPCIÓN
Sección 10	10.1	Presenta una guía para la selección y aplicación de las políticas contables que se usan en la preparación de estados financieros, así también los cambios en las estimaciones contables y correcciones de errores de periodos anteriores.
Políticas Contables	10.7	
Estimaciones y Errores		La aplicación debe ser de manera uniforme para transacciones, otros sucesos y condiciones que sean similares.
	13.18	Establece los métodos de medición del inventario (FIFO) o Costo promedio ponderado.
Sección 13	13.19	.
Inventarios		Requiere que la entidad evalúe al final de cada periodo si los inventarios están deteriorados, ya sea, por daños, obsolescencia o precios de venta decrecientes.

Sección 17 Propiedades, Planta y Equipo	17.16  17.24	<p>Establece los criterios para depreciar la propiedad, planta y equipo</p> <p>Muestra la forma de medir y reconocer el deterioro del valor de los Activos, así como también reconocer y medir la pérdida por deterioro de valor</p>
Sección 23 Ingresos de Actividades Ordinarias	23.3	La entidad debe medir los ingresos de actividades ordinarias al valor razonable y si hay descuentos comerciales, descuentos por pronto pago y rebajas por volumen de ventas se tienen que restar
Sección 25 Costos por Préstamos	25.2	La empresa reconoce todos los costos por préstamos como un gasto en el periodo que se incurre.
Sección 27 Deterioro del Valor de los Activos	27.2  27.5	<p>Refleja el procedimiento que se debe dar a los activos que están deteriorados, como los inventarios, que es la fuente de ingresos de la entidad por lo que se debe dar un buen manejo</p> <p>Tratamiento para los activos distintos de los inventarios</p>
Sección 28 Beneficios a los Empleados	28.5 y sig.	Comprende todos los tipos de beneficios a los empleados a corto plazo como sueldos, salarios, aportaciones a la seguridad social; ausencias remuneradas a corto plazo y la forma de medirlos
Sección 29 Impuesto a las Ganancias	29.3	Se especifican las fases en la contabilización del impuesto a las ganancias

## 1.10 DIAGNOSTICO DE OPINION GERENCIAL

Con el objetivo de conocer el mecanismo de acción de la gerencia de empresas comercializadoras de repuestos automotrices, respecto al uso de técnicas de análisis financieros para la toma de decisiones enfocadas a proyectos de inversión; se realizó una encuesta dirigida a este sector, desarrollando un muestreo que originalmente fue determinado para 48 unidades de análisis, pero de las cuales solo se completaron el 70% equivalente a 34, por las razones siguientes: falta de colaboración de la gerencia, políticas de restricción de información, ausencia del directivo responsable, y requisitos complejos que limitaron el desarrollo el cuestionario, a pesar de estas condiciones se ha recopilado el resultado siguiente :

#### Área Contable:

La información financiera principal es generada anualmente por las 34 empresas evaluadas, cumplimiento a lo exigido legalmente. Un rango de 11 entidades prepara la información mensual, y solo 10 la presenta cada trimestre, con este dato se verifica que la entrega de los estados contables sea oportuna a la administración, para tomar decisiones a corto plazo. Para ello el uso de informes complementarios es importante, mostrando que 24 gerentes utilizan estadísticos de venta para examinar la tendencia de los ingresos, 12 se apoyan en reportes auxiliares y 12 toman en cuenta el movimiento del efectivo por medio de flujos de caja. Las empresas cumplen con el requisito de suministrar la información que sirve de base para una correcta toma de decisiones. (Ver cuadro No. 4)

#### Área financiera:

El análisis financiero es un apoyo para profundizar en la evaluación de alternativas de inversión, sin embargo 9 negocios no lo realizan, considerando que un total de 7 no posee el personal capacitado, y 3 empresas consideran que la información financiera no es oportuna, tomando en cuenta que los datos son presentados anualmente. También 2 unidades de la muestra consideran no contar con los recursos económicos para contratar un especialista, 2 compañías más reflejan un desconocimiento de la herramienta.

Cuadro No. 4 Análisis del área contable

Pregunta No	Resultados	Frecuencia	
		Absoluta	Relativa
1	Las empresas prepara sus estados financieros de		
	forma:	34	100%
	Anual	11	32%
	Mensual	10	29%
	Trimestral		
2	Herramientas financieras que utilizan las		
	empresas:	24	71%
	Estadísticas de ventas	12	35%
	Reportes Auxiliares	12	35%
	Flujos de caja		

Las empresas que hacen uso de las razones financieras suman 12, por otra parte 11 afirman analizar los resultados mediante el punto de equilibrio y solo 7 utilizan indicadores de gestión; de las entidades que hacen uso de alguna técnica de análisis, 16

de ellas consideran que les ayuda a tomar decisiones de inversión, pero también 14 ven la importancia para disminuir los gastos, 8 hacen énfasis en evaluar un aumento de capital y 5 creen que es primordial para tomar decisiones de financiamiento, comprobando la relevancia que tiene para los gerentes el uso de las herramientas de análisis financiero, enfocándose en invertir y en la reducción de erogaciones operacionales.

Comprobando los riesgos consecuentes que podrían surgir por la ausencia de una evaluación financiera, resulta que 18 de los negocios manifiestan su vulnerabilidad en la incertidumbre en los resultados esperados, 9 creen que la pérdida de capital es un riesgo potencial, y 16 comparten que existe pérdida de la inversión, y que el negocio siga en marcha, identificando 5 que consideran que se les negarían créditos por motivos de no contar con evaluaciones financieras previas.

De los negocios consultados, 14 expresaron interés en aperturar una sucursal y opinaron que podría ser financiada mediante una combinación de fondos propios y préstamos, 8 pensarían en realizarlo con préstamos bancarios o a terceros, 6 lo harían con fondos propios y otros 6 no tiene estimado invertir; según esta tendencia, la mayoría de los gerentes no están dispuestos a colocar todo su capital en la inversión y muestran interés en nuevos proyectos.

Por otra parte la inclinación del empresario a trabajar con fondos propios surge por las crecientes tasas de interés del sistema financiero, según la opinión de 20 unidades de análisis que consideran la tasa de interés como criterio de selección de financiamiento. Así como también es importante para 12 la experiencia adquirida en el campo de las inversiones en el rubro automotriz, y a la vez 12 evalúan las condiciones del crédito como referente para la selección del financiamiento. (Ver cuadro 5)

#### Área Administrativa:

El posicionamiento en el mercado de este tipo de empresas está marcado por la distribución estratégica de sucursales, mostrando que de las 34 negocios, 12 tienen más de tres sucursales, 7 tienen una, y 4 poseen dos sucursales. Como mecanismo de control administrativo, 18 gerentes utilizan los reportes de sucursal, haciendo también uso de las proyecciones de ingresos y egresos un total de 10 empresarios, y 4 realizan visitas regulares a cada dependencia. 10 unidades de la población encuestada declaro no poseer sucursales por falta de interés, 7 no invierten por falta de recursos económicos y 3 no lo hacen por falta de financiamiento.

Entre las técnicas generalmente utilizadas por el empresario para evaluar proyectos de inversión, se tiene que el 26 lo hacen por medio de la relación costo-beneficio, 8 se inclinan por el uso del valor presente para definir si se lleva a cabo el negocio. Una vez tomada la decisión 29 adoptan como recurso adicional el estudio de mercado, y 7 hacen un estudio financiero para determinar la factibilidad de la inversión.

Tomando en cuenta el interés expresado por el empresario sobre la existencia de una investigación relacionada al análisis financiero para una mejor toma de decisiones en proyectos de inversión, se tiene como resultado que 22 se muestran totalmente de acuerdo, y 10 están de acuerdo. Por lo que se concluye que es importante considerar realizar estudio de esta naturaleza, tomando como modelo una empresa dedicada a la comercialización de repuestos automotrices. (Ver cuadro 6)

**Cuadro No 5 Análisis del área financiera**

Pregunta No.	Resultados	Frecuencia	
		Absoluta	Relativa
3	Técnicas de análisis financiero utilizada por las empresas:		
	Ninguna	9	26%
	Razones financieras	12	35%
	Punto de equilibrio	11	32%
4	Indicadores de gestión	7	21%
	Motivos por los que no se realizan análisis financieros:		
	Falta de personal calificado	7	21%
	La información financiera no es oportuna	3	9%
5	Por no contar con recursos económicos	2	6%
	Desconocimiento	2	6%
	Decisiones que el análisis financiero contribuye a tomar:		
	Inversiones	16	47%
6	Disminución de gastos	14	41%
	Aumento de capital	8	24%
	Financiamiento	5	15%
	Riesgos que podrían surgir al no realizar un análisis financiero:		
10	Incertidumbre en los resultados	18	53%
	Perdida de capital	9	26%
	Perdida de la inversión	9	26%
	Vulnerabilidad al supuesto de negocio en marcha	7	21%
11	Inseguridad en otorgamiento de crédito	5	15%
	Principal fuente de financiamiento que los empresarios utilizan en sus proyectos de inversión:		
	Combinación de fondos propios y prestamos bancarios o a terceros	14	41%
	Prestamos bancarios o a terceros	8	23%
11	Autofinanciamiento	6	18%
	No tiene pensado invertir	6	18%
	Criterios de selección de las empresas para una fuente de financiamiento:		
	La tasa de interés	20	59%
11	La experiencia adquirida en el campo	12	35%
	Las condiciones crediticias	12	35%
	El plazo otorgado por la financiera	8	23%

**Cuadro No. 6 Análisis del área administrativa**

Pregunta No.1	Resultados	Frecuencia	
		Absoluta	Relativa
7	Cuántas sucursales poseen las empresas encuestadas:		
	Mas de tres sucursales	12	35%
	No cuenta con sucursales	10	29%
	Esta compuesta por la casa matriz y una sucursal	7	21%
8	Dos sucursales	4	12%
	Formas de monitorear sus sucursales:		
	Reportes de sucursal	18	53%
	Proyecciones de ingresos y egresos	10	29%
8	Visitas in situ	4	12%



9	Si no posee sucursales, cuál es el motivo de no invertir en una(s):		
	Falta de interés	10	29%
	Carencia de recursos económicos	7	21%
	Ausencia de oportunidades de financiamiento	3	9%
12	Opinión empresarial sobre una investigación que pudiera contribuir a una mejor toma de decisiones:		
	Totalmente de acuerdo	22	65%
	De acuerdo	10	29%
13	Técnicas utilizadas por los gerentes para evaluar proyectos de inversión:		
	Relación costo beneficio	26	76%
	Valor presente	8	23%
14	Estudios que los empresarios realizan para llevar a cabo proyectos de inversión:		
	Mercado	29	85%
	Financiero	7	21%
	No realiza ningún estudio	2	6%

### **1.11 DIAGNOSTICO ESTUDIO DE MERCADO PARA MEDIR LA FACTIBILIDAD DE LA APERTURA DE UNA SUCURSAL DE VENTA DE REPUESTOS EN EL MUNICIPIO DE SANTA ANA.**

Para conocer la tendencia y factibilidad de creación de sucursales para las empresas dedicadas a la comercialización de repuestos automotrices, se ha realizado un estudio de mercado especializado en este sector, el cual evalúa la opinión pública de clientes que frecuentan este tipo de negocios.

La razón principal para conocer de primera mano el criterio de la población, es presentar las perspectivas del consumidor, las necesidades primordiales que una nueva sucursal debe suplir, analizar también el comportamiento de la competencia, y los niveles de aceptación del público en general que den espacio para la apertura de un nuevo negocio.

De acuerdo a los resultados del estudio de mercado realizado, el 96% de las personas encuestadas realiza revisiones preventivas a sus vehículos, de las cuales un 44% requiere comprar repuestos cada seis meses, un 22% lo hace mensual y el 22% los adquiere trimestralmente, lo que comprueba que la demanda que posee este sector, es constante en toda época del año; y tomando en cuenta las necesidades de los usuarios, las empresas dedicadas a este rubro que se ubican en nivel de preferencia para los compradores son: Impresa con un 54% considerada por ellos, como una buena alternativa de adquisición; en segundo lugar se encuentra Súper Repuestos con 46% de aceptación, seguido por A&A con un 20%; por la variedad de productos, precios y estrategias de mercado estas tres empresas gozan de los mayores niveles de predilección porque además ofrecen promociones atractivas para el cliente. Continuando muy estrechamente con el 18% de personas que elijen obtener sus artículos en otras compañías distribuidoras; siendo este un mercado importante para otros negocios considerados medianos y pequeños, porque forman parte de la gama de opciones en donde el cliente selecciona la mejor alternativa de compra. Uno de los principales componentes con los cuales el empresario tendrá que competir, es ofrecer precios accesibles, tomando en cuenta que un 84% de la población lo confirma; el 38% indica que la diversidad en productos es prioritario por motivos que

el cliente espera encontrar los insumos que necesita en un solo lugar, y el 10% dio a conocer su complacencia por las promociones.

Al consultar sobre la diversificación del mercado por medio de la creación de una nueva sucursal, el 92% respondió que si está de acuerdo; de todas las personas encuestadas, 78% respondieron que estarían dispuestas a adquirir sus repuestos en una agencia que no fuera la habitual; eso demuestra la aceptación de la población y la disposición que se tiene para poder optar con una amplia diversidad de lugares para adquirir los insumos automotrices; comprobando en sentido mercadológico la factibilidad de la apertura de una sucursal en el Municipio de Santa Ana.

Para desarrollar una buena estrategia de la ubicación geográfica el 48% sugirió aperturar una sucursal céntrica, de los cuales el 44% considera la accesibilidad inmediata a los insumos como una ventaja, el 46% considera un buen lugar la 25 calle poniente de la cabecera departamental; que es donde se ubica actualmente la zona especializada en repuestos para vehículos, y el 42% opina que el tener un mejor alcance a los productos es lo que mas le interesa, independientemente donde se sitúe la sucursal para adquirirlos; mientras que el 22% busca su comodidad. La creación de una sucursal en dicha ciudad, es factible desde el punto de vista de las necesidades del usuario, a través del estudio realizado requieren que esta nueva agencia posea a diferencia de las existentes, precios bajos en un 86%, el 46% solicita que tenga un amplio parqueo, el 32% preferiría que tuviese diversidad en repuestos, el 32% opina que le parece atractiva la idea de brindar asesoría técnica, y el 34% restante de la población desea una empresa que ofrezca ofertas al público.

En síntesis, los datos recopilados por medio del estudio de mercado, además de mostrar aceptación y expectativa en el usuario, reflejan un compromiso para la empresa que desee incursionar en este mercado, que se sabe es competitivo pero no restringido ante otros proyectos, el cliente prefiere el lugar que ofrezca precios accesibles y diversidad de artículos. Para el empresario el resultado de este estudio es optimista, en el sentido que la población esta dispuesta a adquirir este tipo de productos en una nueva sucursal. (Ver cuadro No. 7)

**Cuadro No. 7 Análisis estudio de mercado**

Pregunta No	Resultados	Frecuencia	
		absoluta	Relativa
1	Encuestados que realizan revisiones preventivas a sus vehículos	48	96%
2	Frecuencia con que los usuarios requieren repuestos automotrices:		
	Semestralmente	22	44%
	Cada mes	11	22%
	A los tres meses	11	22%
3	Personas que adquieren sus repuestos en Santa Ana	48	96%
4	Empresas que los usuarios prefieren:		
	Impressa Repuestos	27	54%
	Súper Repuestos	23	46%
	A&A Repuestos	10	20%
	Otras	9	18%
5	Motivos por el cual los usuarios prefieren ese establecimiento:		
	Por precios	42	84%
	Diversidad de productos	19	38%
	Promociones	5	10%
6	Esta de acuerdo con que exista otra sucursal en el mercado	46	92%

7	Disposición para comprar de vez en cuando en otro establecimiento	39	78%
8	Ubicación en donde el público desearía una nueva sucursal:		
	Centro del Municipio de Santa Ana	24	48%
	En la 25 calle poniente	23	46%
9	Ventajas de tener cerca una venta de repuestos automotrices:		
	Mayor accesibilidad	22	44%
	Mejor alcance de los productos	21	42%
	Mayores oportunidades de compra	17	34%
	Comodidad para el cliente	11	22%
10	Elementos que al usuario le gustaría que una nueva sucursal tuviese a diferencia de las demás:		
	Precios bajos	43	86%
	Amplio parqueo	23	26%
	Diversidad de productos	16	32%
	Asesoría técnica	16	32%
	Ofertas	17	34%

## CAPITULO II: DESARROLLO DEL CASO PRÁCTICO

### 2.1 PRESENTACION DE ESTADOS FINANCIEROS DE IM AUTO REPUESTOS S.A. DE C.V.

IM AUTO REPUESTOS S.A. DE C.V. es una empresa fundada el 15 de octubre de 2001, dedicada a la comercialización de repuestos automotrices; actualmente los socios desean realizar nuevas inversiones, evalúan la probabilidad de expandirse territorialmente por medio de la apertura de una sucursal en el Municipio de Santa Ana; con el objetivo de crecer como empresa y aumentar sus utilidades, beneficiando a la vez a los clientes potenciales en la zona occidental de país por medio estrategias que puedan satisfacer las necesidades del público; convirtiéndose además en una fuente generadora de empleo que permita el desarrollo sostenibilidad económica de las familias y el progreso del país. Para lograr cumplir estos objetivos se realiza un estudio financiero, por medio del conocimiento de sus estados financiero evaluación de esto, tomando en cuenta la situación actual de la empresa para hacer proyecciones a futuro, en el caso de estudio para 5 años.

La entidad modelo, para tomar decisiones de inversión hacen uso de evaluaciones según las tendencias y comportamientos de las utilidades de los años anteriores; a pesar de ser una estrategias de análisis, se considera que también tomar en cuenta otro tipo de técnicas que permitan definir si el proyecto a realizar tiene la factibilidad y el sostenimiento a futuro. Es por eso la importancia de una evaluación financiera completa que le permite a los accionista la seguridad del proyecto, a pesar de que toda inversión tiene su riesgo, este estudio permite visualizar además de la realización del proyecto, la recuperación de la inversión, su comportamiento a futuro, el efectivo necesario de cada año, el margen de venta que se tiene que manejar para hacer frente a los costos operacionales. Todo esto se realiza teniendo como base los estados financieros del periodo 2008 – 2010:

IM AUTO REPUESTOS S.A. DE C.V.			
Balance General de Situación Financiera			
(Expresado en US Dólares)			
	2008	2009	2010
<b>ACTIVO</b>			
ACTIVO CORRIENTE	254,74	248,42	280,374
	2.70	6.73	.46
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES	4,888.	2,833.	5,415.4
	17	88	6
CUENTAS POR COBRAR A CORTO	53,192	58,201	75,930.
PLAZO	.57	.42	54
INVENTARIOS	149,24	154,24	121,464
	0.87	5.71	.51
GASTOS PAGADOS POR ANTICIPADO	1,000.	1,000.	1,270.0
	00	00	0
PEDIDOS EN TRANSITO	26,978	14,029	54,398.
	.72	.93	42
ANTICIPOS DE IMPUESTO SOBRE	13,526	13,037	13,180.
LA RENTA	.36	.06	76
PRESTAMOS Y ANTICIPOS A	5,916.	5,078.	8,714.7
EMPLEADOS	01	73	7
<b>ACTIVO NO CORREINTE</b>			
	198,11	188,31	234,270
	2.42	9.57	.77
PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	198,11	188,31	234,270
	2.42	9.57	.77
EDIFICACIONES	209,74	212,49	279,999
	5.44	9.09	.09
MENOS:DEPRECIACION	-39,21	-48,24	-60,298
	4.25	6.98	.97
MOBILIARIO Y EQUIPO DE	3,857.	4,043.	4,043.0
OFICINA	97	09	9
MENOS:DEPRECIACION	-3,535	-3,870	-3,973.
	.08	.21	62
EQUIPO DE COMPUTO	12,837	13,761	19,705.
	.04	.38	38
MENOS:DEPRECIACION	-10,64	-12,18	-13,361
	1.21	8.71	.39
EQUIPO DE TRANSPORTE	31,786	29,896	26,868.
	.17	.92	29
MENOS:DEPRECIACION	-7,727	-10,54	-20,183
	.27	3.71	.89
EQUIPO DE COMUNICACION	275.00	275.00	275
MENOS:DEPRECIACION	-137.5	-137.5	-137.5
	0	0	
EQUIPOS VARIOS	6,140.	10,572	8,572.6
	44	.61	7
MENOS:DEPRECIACION	-5,274	-7,741	-7,237.
	.33	.41	38
<b>TOTAL ACTIVO</b>			
	452,85	436,74	514,645
	5.12	6.30	.23
<b>PASIVO</b>			
PASIVO CORRIENTE	156,20	138,61	158,863
	6.81	2.81	.40

PRESTAMOS Y SOBREGIROS	31,918	24,630	32,418.
BANCARIOS	.64	.18	81
CUENTAS POR PAGAR A CORTO	88,444	80,823	89,126.
PLAZO	.17	.86	42
PROVISIONES Y RETENCIONES	34,087	31,793	35,797.
	.41	.75	42
IMPUESTO SOBRE LA RENTA POR	1,756.	1,365.	1,520.7
PAGAR	59	02	5
PASIVO NO CORRIENTE	145,07	136,48	189,114
	2.30	6.51	.77
PRESTAMOS POR PAGAR A LARGO	145,07	136,48	189,114
PLAZO	2.30	6.51	.77
CAPITAL CONTABLE	151,57	161,64	166,667
	6.01	6.97	.07
CAPITAL SOCIAL	86,517	130,23	130,231
	.32	1.61	.61
CAPITAL SOCIAL MINIMO			
CAPITAL SOCIAL VARIABLE			
RESERVA LEGAL	6,022.	6,433.	6,891.1
	28	25	1
UTILIDADES POR APLICAR			
EJERCICIOS ANTERIORES	53,766	20,887	24,982.
	.63	.05	11
UTILIDAD DEL EJERCICIO	5,269.	4,095.	4,562.2
PRESENTE	78	06	4
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	452,85	436,74	514,645
	5.12	6.30	.23

IM AUTO REPUESTOS S.A. DE C.V.

Estado de Resultados

(Expresado en US Dólares)

	2008	2009	2010
INGRESOS Y PRODUCTOS			
VENTAS	901,757	884,650	910,530
	.62	.57	.66
MENOS:			
REBAJAS Y DEVOLUCIONES SOBRE		-15,513	-31,813
VENTAS		.25	.25
VENTAS NETAS	901,757	869,137	878,717
	.62	.32	.41
MENOS:			
INVENTARIO INICIAL	150,225	149,240	154,245
	.69	.87	.71
(+) COMPRAS	567,867	543,777	505,105
	.20	.89	.74
(-) INVENTARIO FINAL	149,240	154,245	121,464
	.87	.71	.51
COSTO DE VENTA	568,852	538,773	537,886
	.02	.05	.94
UTILIDAD BRUTA	332,905	330,364	340,830
	.60	.27	.47
MENOS:			
GASTOS DE OPERACIÓN	325,350	324,618	334,289

	.36	.21	.63
GASTO DE VENTA	201,602	199,883	210,669
	.50	.81	.04
GASTO DE ADMINISTRACION	100,430	99,669.	104,890
	.05	87	.97
GASTOS FINANCIEROS	23,317.	25,064.	18,729.
	81	53	62
UTILIDAD DE OPERACIÓN	7,555.2	5,746.0	6,540.8
	4	6	4
MAS			
OTROS INGRESOS		125.00	0.00
UTILIDAD ANTES DE RESERVAS	7,555.2	5,871.0	6,540.8
	4	6	4
MENOS			
RESERVA LEGAL	528.87	410.97	457.86
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	7,026.3	5,460.0	6,082.9
	7	9	8
MENOS			
IMPUESTO SOBRE LA RENTA	1756.59	1365.02	1520.75
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	5,269.7	4,095.0	4,562.2
	8	6	4

## 2.2 ANÁLISIS DE LAS RAZONES FINANCIERAS

A continuación se detalla un breve análisis de los estados financieros de IM AUTO REPUESTOS, S.A. de C.V. para los años comprendidos desde el 2008 al 2010.

En el 2010, El 56% del activo total está conformado por el activo realizable, el 44% restante lo integran la propiedad, planta y equipo; de ellos el 38% está invertido en edificaciones, el cual está financiado por el pasivo a largo plazo que refleja el 54% de las deudas totales y ha aumentado en 24.40% con respecto a los años anteriores. Mostrando una liquidez de \$1.47 para hacer frente a sus obligaciones; sin embargo la prueba acida refleja para el año 2010 una razón de \$1.00; lo que indica una igualdad con respecto a la deuda corriente. No obstante el inventario tiene una rotación trimestral, sería beneficioso para la entidad que este índice incremente para que se tenga una mejor colocación de venta de los productos con el fin de generar ingresos en el menor tiempo posible y no tener en un dado momento mercadería obsoleta o dañada.; lo que da como resultado que la liquidez sea más baja al no poder ser realizable. Sin embargo la cuenta por cobrar se realiza a razón de 27 días aproximadamente, mostrando una relación favorable con la cuenta por pagar, puesto que se cancela cada 61 días.

Por otra parte la representación del financiamiento de los activos totales con respecto al total de pasivos refleja un 68%, lo cual significa que la autonomía esta dada por 32%

La rentabilidad de la empresa se ve reflejada por la ganancia que esperan recibir los inversionistas sobre el patrimonio de la entidad, la cual ha disminuido de 3.53% para el

2008 y para el último año de 2.69% lo que no es muy conveniente para la empresa porque cuanto mayor es este indicador es más favorable, ya que el margen de eficacia para la generación de utilidades con los activos totales disponibles es de 0.87% nivel que ha reducido en el periodo evaluado.

El margen operacional muestra que la mayor parte de la utilidad bruta es desembolsada en los gastos de venta en los tres años consecutivos, representando para el periodo del 2010 el 24%, y un egreso administrativo del 12%; los pagos por carga financiera disminuyeron en 1%; expresando para el 2008 el 0.84% de margen operacional, año en el que se obtuvo un mayor porcentaje. Para el 2010 fue de 0.74%, recuperándose en un 0.08% del año 2009, y finalmente solo le queda 1% de ganancia disponible para los accionistas.

Los índices de liquidez demuestran un panorama favorable para la empresa, no obstante los niveles de rendimiento se presentan relativamente bajos, considerando que no está generando las utilidades esperadas por financiamiento de propiedad, planta y equipo; puesto que se incurre en el gasto financiero, lo cual a largo plazo beneficia a la entidad por poseer infraestructura propia, que es utilizada como sala de ventas, oficina, amplia bodega y parqueo externo con capacidad para seis vehículos, a la vez el gasto de venta no permiten aumentar el rendimiento. En consecuencia se opta por hacer uso de apalancamiento financiero y operativo para poder invertir en una sucursal, con la cual se espera mejorar los índices de rendimiento. Tomando en consideración una inversión inicial relativamente baja con respecto a la deuda a largo plazo que posee actualmente.

## **2.3. PROPUESTA DE INVERSIÓN**

Para el desarrollo del proyecto de apertura de la sucursal, basado en la situación financiera de la empresa y en un estudio de mercado realizado en la ciudad de Santa Ana, se desarrollan las siguientes etapas.

### **2.3.1. IDEA PRELIMINAR**

Los proyectos de inversión funcionan bajo el punto de partida de una idea preliminar basada primeramente en la capacidad de la empresa para llevarlo a cabo, lograr los objetivos de crecimiento y rentabilidad esperados de los accionistas y las necesidades de mercado que se cubrirán en el desarrollo de la inversión. En el caso en estudio, la entidad desea aperturar una sucursal en el Municipio de Santa Ana, considerando su situación financiera actual, la aceptación y necesidades del mercado donde desea ubicarse.

#### **2.3.1.1 Generalidades de la empresa**

La empresa IM Auto Repuestos, S.A. de C.V. dedicada a la compra y venta de repuestos para vehículos; se fundó el 15 de octubre de 2001 en Residencial Santa Teresa, Ciudad Merliot, Santa Tecla, La Libertad. Con el objetivo de ubicarse en una zona más competitiva el día 26 de Agosto de 2002 decide trasladarse a la Col. Layco, San Salvador; por tres meses aproximadamente mientras terminó de organizarse y luego se instaló definitivamente sobre la 29 Calle Pte. en San Salvador.

Los socios nunca han considerado realizar análisis financieros desde sus inicios; habitualmente la forma de hacerlo es bajo el criterio de evaluación de la tendencia mostrada de las utilidades, sin tomar en cuenta otro tipo de variables tales como financiamientos a largo plazo, tasas de interés, condiciones de mercado como cambio de precios e inflación, etc. generando que las decisiones tomadas carezcan de elementos de soporte, que le representen un grado de seguridad para las inversiones futuras.

Actualmente la empresa está analizando si existe la posibilidad de expandirse a la zona occidental, en la ciudad de Santa Ana, para ello requiere de un estudio más profundo de la inversión, para conocer si el capital de trabajo y el financiamiento le son factibles.

### **2.3.2. FACTIBILIDAD**

Esta fase determina si el proyecto debe desarrollarse o no, tomando en cuenta si la entidad tiene la capacidad para mantener una sucursal a largo plazo, los costos, inversión inicial, el financiamiento con que va a operar; considerando a la vez un estudio mercadológico que permita conocer de primera mano la opinión de los usuarios de insumos automotrices, con el objetivo de minimizar el riesgo, y verificar si aperturar la sucursal es viable, por medio de datos históricos que permitan evaluar la situación financiera y analizar la mejor decisión para realizar el proyecto, lo cual se ve reflejado en la evaluación de los estados financieros, en el establecimiento del apalancamiento financiero y en un estudio que le permita conocer las condiciones de mercado.

#### **2.3.2.1 Estudio de mercado**

Al realizar un estudio de mercado en el Municipio de Santa Ana, se ha determinado que la población estaría dispuesta a una opción más en el rubro de repuestos automotrices, estableciendo que los usuarios necesitan precios bajos y diversidad de productos; estos componentes son los que marcan la preferencia del público, al momento de comprar sus repuestos. La factibilidad de mercado que se tiene es positiva; para ubicarse en la preferencia de las personas, la empresa tendrá además de mantener precios competitivos e inventarios diversos, apoyarse en estrategias que resulten atractivas y beneficiosas para los consumidores con el fin de lograr los objetivos esperados y ubicarse entre los comercios con mayor demanda en el campo.

#### **Demanda**

Las empresas dedicadas a la comercialización de repuestos automotrices poseen una excelente demanda por parte de los usuarios, que realizan revisiones preventivas a su vehículo, así como los que necesitan insumos de manera inmediata en casos de accidentes, fallas mecánicas o simplemente mejoras al automotor. En todas las zonas del país existen entidades que suplen las necesidades de sus clientes; tomando en cuenta que el mercado es amplio por la cantidad de usuarios en este rubro, se considera la apertura de una sucursal en la zona occidental para tener presencia en ese sector y estudiar las necesidades del público con el objetivo de llegar a ser un negocio rentable, autosostenible, competitivo y que genere los rendimientos esperados por los accionistas



El negocio en análisis desea aperturar una sucursal en el Municipio de Santa Ana, para expandirse en ese territorio, considerando un parque vehicular de aproximadamente de 45,000, según datos del viceministerio de transporte y una población de 261,000, según datos de la Alcaldía de esa Ciudad. Los accionistas consideran incursionar en este mercado por las necesidades de potenciales clientes, las cuales se centralizan en precios bajos y diversidad de inventarios, factores que influyen en la ubicación de preferencia para las personas.

### **Oferta**

Actualmente existen alrededor de 20 comercios de repuestos automotrices en la ciudad de Santa Ana, el objetivo de todas es ubicarse en un nivel de preferencia que le permita lograr sus márgenes de ventas esperadas para ser una entidad productiva y rentable. Con este fin los negocios hacen uso de estrategias de mercadeo para atraer clientes, así como también toman en consideración los precios en cuanto a las fluctuaciones del mercado, la empresa que logre satisfacer las expectativas de los usuarios serán las que se ubicaran en un nivel de aceptación por encima de la competencia.

### **Competencia**

Encabezando la lista entre las compañías con mayor preferencia en la ciudad santaneca se ubican: Impresa, continuando con Super Repuestos, A&A y Didea, entre otras. El prestigio que estas poseen es seguridad y confianza, cualidades que se pueden lograr en una nueva sucursal con las estrategias adecuadas para suplir las necesidades del público; logrando empatía con el cliente, considerándolo como el ente más importante para el negocio y tomando sus sugerencias como una oportunidad de crecimiento empresarial en cuestión de mercadeo.

### **2.3.2.2 Estudio técnico**

Para llevar a cabo este estudio, se toman en consideración aspectos importantes como los elementos básicos para la funcionabilidad de la nueva sucursal, estableciendo primordialmente los costos iniciales de la inversión y los gastos operativos mensuales.

### **Programa de ventas:**

Las cantidades de ventas anuales en unidades monetarias que la sucursal espera realizar se encuentran reflejadas en el cuadro No. 10

### **Mobiliario y equipo necesario:**

Para llevar a cabo el proyecto es preciso contar con el equipo necesario para el funcionamiento de la sucursal (Ver cuadro No. 8)

El vehículo servirá para transportar inventario de la casa matriz a la sucursal y para entregas de productos a los clientes potenciales.

### **Instalaciones necesarias**

Se recurrirá a alquilar un local en la zona céntrica de la ciudad de Santa Ana, el cual contendrá los requerimientos necesarios para poder situar la sucursal, como lo son: la infraestructura, luz, agua y teléfono.

La cuota mensual a cancelar es de \$1,200.00

### **Localización:**

La sucursal estará ubicada en la 3a Calle Oriente, centro de Santa Ana, dando cumplimiento a una de las expectativas de los clientes de repuestos automotrices, recopilada en el estudio de mercado.

### **Requerimiento de Personal**

El personal con el que contara la sucursal será: un encargado, una cajera, dos vendedores y un vigilante, los cuales deben poseer la experiencia necesaria para cada cargo.

Los gastos de los sueldos del personal, se harán de acuerdo a la función que desempeñen. (Ver cuadro N°. 22)

### **Inventario**

El inventario inicial se establece de \$20,000.00, porque se toma como parámetro los productos que actualmente se consideran de mayor movimiento, los cuales han sido adquiridos de la casa matriz; la sucursal maneja su propia mercadería y en caso de abastecerse de más insumos, lo realizará por medio de notas de remisión al establecimiento de San Salvador.

### **Gastos operativos**

La sucursal va a generar ciertos gastos que son necesarios para realizar sus operaciones, entre ellos están, agua, luz, teléfono, internet, mantenimiento, depreciación, etc. (Ver cuadro N°. 21.)

### **Otros Gastos**

Las estimaciones de otros gastos se realizan según los valores en el mercado

### **Disposiciones legales**

El registro de la sucursal será según lo establecido el Centro Nacional de Registros de El Salvador.

Se cumplirá con la "Ley de impuestos municipales de Santa Ana, departamento de Santa Ana", en la cual se establece el tributo a cancelar que para este caso es de \$687.48 anual.

### **Inversión inicial**

A continuación se detallan los insumos necesarios para llevar a cabo el proyecto

**Cuadro No. 8 Costos iniciales de la inversión**

Descripción	Cantidad	Precio unitario*	Total
Mobiliario y equipo			
Computadora	2	\$	\$
		705,31	1.410,62
Impresor multifuncional	1	\$	\$
		309,73	309,73
Escritorios	1	\$	\$
		359,00	359,00
Silla secretarial con brazos	1	\$	\$
		59,90	59,90

Silla secretarial básica	1	\$	\$
		39,90	39,90
Sillas	5	\$	\$
		32,90	164,50
Vehículo	1	\$	\$
		11.415,93	11.415,93
Estantes y muebles exhibidores	8	\$	\$
		200,00	1.600,00
Inventario			
Inventario inicial			\$
			20.000,00
Otros gastos			
Papelería			\$
			250,00
Activación de telefonía			\$
			55,56
Insumos de limpieza			\$
			50,00
Registro de sucursal			\$
			34,29
Alquiler 1er. Mes			\$
			1.200,00
Publicidad (hojas volantes)			\$
			500,00
Total inversión inicial			\$
			37.449,43

\* Valores incluyen IVA

### 2.3.2.3 Estudio financiero

#### Financiamiento

Una vez reconocidos los costos de la inversión inicial se establece el medio financiero para poner en marcha el proyecto. En el caso de la empresa modelo, esta utilizará apalancamiento financiero, por medio de préstamo para inversión y por fuentes internas de aporte de socios según los siguientes porcentajes:

Aporte socios 40% X (\$37,449.43)= \$14,979.77

Préstamos bancarios 60% X (\$37,449.43)=\$22,469.66

Esta decisión obedece al análisis financiero en cuanto al nivel de endeudamiento, que compromete más del 50% de sus activos y considerando que los socios pueden aportar al proyecto, se toma en cuenta tomar las dos fuentes para financiar la inversión.

#### Bases de financiamiento

Para tomar en cuenta el financiamiento, se tomará una línea de crédito decreciente en donde los intereses van disminuyendo conforme a la cancelación de cada cuota, y por consiguiente la amortización a capital tiene un comportamiento creciente. El plazo máximo que se establece para este tipo de financiamiento es para 4 años con una tasa

de interés del 12% (ver anexo No.10)

Se establece como cuota mensual \$591.71 (ver anexo No.11), para efectos de presentación se elabora la tabla de amortización con valores anuales

**Cuadro No. 9 Cuadro de amortización préstamo de sucursal**

PERIODO	CUOTA	INTERES	AMORTIZACION	SALDO
0				\$
				22,469.66
2011	\$	\$	\$	\$
	7,100.52	2,445.87	4,654.65	17,815.01
2012	\$	\$	\$	\$
	7,100.52	1,855.55	5,244.98	12,570.03
2013	\$	\$	\$	\$
	7,100.52	1,190.35	5,910.17	6,659.87
2014	\$	\$	\$	\$
	7,100.52	440.79	6,659.87	(0.00)
TOTAL	\$	\$	\$	
	28,402.08	5,932.56	22,469.66	

### 2.3.3 INVERSION

#### 2.3.3.1 Proyecciones de estados financieros casa matriz

Tomando como base el comportamiento de los estados financieros de la casa matriz, se realizan proyecciones para 5 años, con el objetivo de contemplar la sostenibilidad del proyecto. Para lograrlo los accionistas toman como criterio la experiencia y las fluctuaciones que la información financiera ha presentado en los últimos años, tomando como parámetro de medición el período comprendido entre los años 2011 al 2015. Se proyectan los estados financieros de la matriz para evaluar el sostenimiento del negocio en marcha y los lineamientos que se deben de seguir para realizar las estimaciones del proyecto. Las proyecciones a futuro están determinadas por: las ventas, compras, costo de ventas, las cuentas por pagar y por cobrar y los gastos operativos.

#### Ventas proyectadas

Según el comportamiento de las ventas netas en los últimos tres años, se estima que para el año 2011 crecerán 1% comparado con el año 2010. Considerando a partir del año 2012 un crecimiento del 1.5% con respecto al año anterior y continuando con la misma tendencia hasta el año 2015; este porcentaje se ha considerado porque los accionistas esperan aumentar sus ventas, mediante estrategias de mercado como: descuentos a clientes preferenciales, igualación a precios de la competencia, sistema de descuento por pronto pago, asistencia técnica, mejoras en servicio al cliente. A continuación las ventas proyectadas:

Cuadro No.10 Cuadro de ventas estimadas casa matriz

2011	2012	2013	2014	2015
\$	\$	\$	\$	\$
887,504.58	900,817.15	914,329.41	928,044.35	941,965.02

### Compras:

En la estimación de las compras, se ha previsto un aumento del 4% con respecto al año anterior, esto respondiendo a las ventas esperadas y al abastecimiento de inventario suficiente para mantener la diversidad de producto que permita suplir las necesidades de los clientes.

**Cuadro No. 11 Compras estimadas casa matriz**

2011	2012	2013	2014	2015
\$	\$	\$	\$	\$
525.309,97	546.322,37	568.175,26	590.902,27	614.538,36

Para determinar el inventario final, se toma en consideración que durante el año se vende el 82% del inventario existente más las compras que se realicen en el transcurso del ejercicio, el 18% que representa las existencias al final del año es con lo que se estima sea abastecida la demanda de producto para dos meses y medio aproximadamente.

Con estos elementos se determina el costo de venta:

**Cuadro No.12 Determinación del costo de venta**

	2011	2012	2013	2014	2015
Inventario	\$	\$	\$	\$	\$
Inicial	121.464,51	117.507,38	121.491,22	127.074,00	133.120,58
(+) Compras	525.309,97	546.322,37	568.175,26	590.902,27	614.538,36
(-)	\$	\$	\$	\$	\$
Inventario	117.507,38	121.491,22	127.074,00	133.120,58	139.433,29
Final	38				
Costo de	\$	\$	\$	\$	\$
Venta	529.267,10	542.338,53	562.592,48	584.855,70	608.225,65

### **Determinación de costos operativos**

#### **Gastos de venta y administrativos**

Se estima que los gastos de venta se mantengan en un 24% de representatividad con respecto a las ventas entre los años 2011 y 2012, para los años siguientes el comportamiento es hacia la baja, con el objetivo de aumentar las utilidades. De igual manera los gastos administrativos muestran una tendencia descendente; lo cual se verifica en el siguiente cuadro:

**Cuadro No. 13 Relación gastos operativos -ventas netas**

	2011	2012	2013	2014	2015
Ventas	\$	\$	\$	\$	\$
proyectadas	887.504,5	900.817,1	914.329,4	928.044,3	941.965,
	8	5	1	5	02
Gastos de venta	\$	\$	\$	\$	\$
proyectados	216.989,1	212.649,3	206.269,8	198.019,0	188.118,
	1	3	5	6	10
%	24%	24%	23%	21%	20%
Gastos de admón.	\$	\$	\$	\$	\$
proyectados	105.939,8	104.880,4	103.831,6	102.793,3	101.765,
	8	8	8	6	43
%	12%	12%	11%	11%	11%

## Gastos financieros

Los gastos financieros están determinados según la siguiente tabla de amortización:

Préstamo	\$189.114,77
Cuota	\$25.318,45
Tasa	12%

Datos:

**Cuadro No. 14 Tabla de amortización préstamo casa matriz**

PERIOD	CUOTA	INTERES	AMORTIZACION	SALDO
0				\$
(ANUAL				189.114,77
)				\$
0				\$
1	\$25.318,45	\$	\$	\$
		22.693,77	2.624,68	186.490,09
2	\$25.318,45	\$	\$	\$

		22.378,81	2.939,64	183.550,44
3	\$25.318,45	\$	\$	\$
		22.026,05	3.292,40	180.258,04
4	\$25.318,45	\$	\$	\$
		21.630,97	3.687,49	176.570,55
5	\$25.318,45	\$	\$	\$
		21.188,47	4.129,99	172.440,56
6	\$25.318,45	\$	\$	\$
		20.692,87	4.625,59	167.814,98
7	\$25.318,45	\$	\$	\$
		20.137,80	5.180,66	162.634,32
8	\$25.318,45	\$	\$	\$
		19.516,12	5.802,34	156.831,98
9	\$25.318,45	\$	\$	\$
		18.819,84	6.498,62	150.333,37
10	\$25.318,45	\$	\$	\$
		18.040,00	7.278,45	143.054,92
11	\$25.318,45	\$	\$	\$
		17.166,59	8.151,86	134.903,05
12	\$25.318,45	\$	\$	\$
		16.188,37	9.130,09	125.772,96
13	\$25.318,45	\$	\$	\$
		15.092,76	10.225,70	115.547,26
14	\$25.318,45	\$	\$	\$
		13.865,67	11.452,78	104.094,48
15	\$25.318,45	\$	\$	\$
		12.491,34	12.827,12	91.267,36
16	\$25.318,45	\$	\$	\$
		10.952,08	14.366,37	76.900,99
17	\$25.318,45	\$	\$	\$
		9.228,12	16.090,34	60.810,66
18	\$25.318,45	\$	\$	\$
		7.297,28	18.021,18	42.789,48
19	\$25.318,45	\$	\$	\$
		5.134,74	20.183,72	22.605,76
20	\$25.318,45	\$	\$	\$
		2.712,69	22.605,76	0,00
	\$506.369,09	\$	\$	
		317.254,32	189.114,77	

Con todos estos elementos se procede a realizar el estado de resultados (ver estado de resultados, pág. 40).

### Presupuesto de efectivo proyectado

Para realizar el flujo de efectivo se han considerado los ingresos por ventas de contado proyectadas y los ingresos por cobros provenientes de las ventas al crédito proyectadas, tomando en cuenta las siguientes políticas:

|Política de cobro| 30 días|  
|Política de pago | 30 días|

Ventas	%	Compras	%	
Contado	80%	Contado	25%	
Crédito	20%	Crédito	75%	

IM AUTO REPUESTOS S.A. DE C.V.					
Estado de Resultados Proyectado (Casa Matriz)					
Periodo 2011-2015					
(Expresado en US Dòlares)					
	2011	2012	2013	2014	2015
INGRESOS Y PRODUCTOS					
VENTAS NETAS	887,504.58	900,817.15	914,329.41	928,044.35	941,965.02
MENOS:					
Inventario Inicial	121,464.51	117,507.38	121,491.22	127,074.00	133,120.58
(+) Compras	525,309.97	546,322.37	568,175.26	590,902.27	614,538.36
(-) Inventario Final	117,507.38	121,491.22	127,074.00	133,120.58	139,433.29
COSTO DE VENTA	529,267.10	542,338.53	562,592.48	584,855.70	608,225.65
UTILIDAD BRUTA	358,237.48	358,478.62	351,736.93	343,188.66	333,739.36
MENOS:					
GASTOS DE OPERACIÓN	345,622.76	339,908.62	332,127.58	322,443.38	311,072.00
GASTO DE VENTA	216,989.11	212,649.33	206,269.85	198,019.06	188,118.10
GASTO DE ADMINISTRACION	105,939.88	104,880.48	103,831.68	102,793.36	101,765.43
GASTOS FINANCIEROS	22,693.77	22,378.81	22,026.05	21,630.97	21,188.47
GASTOS NO DEDUCIBLES					
UTILIDAD ANTES DE RESERVAS	12,614.72	18,570.01	19,609.36	20,745.27	22,667.37
MENOS RESERVA LEGAL	883.03	1,299.90	1,372.65	1,452.17	1,586.72
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	11,731.69	17,270.11	18,236.70	19,293.10	21,080.65
MENOS IMPUESTO SOBRE LA RENTA	2,932.92	4,317.53	4,559.18	4,823.28	5,270.16
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	8,798.77	12,952.58	13,677.53	14,469.83	15,810.49

Se determinan las compras según las políticas:

Cuadro No.15 Determinación de ventas y compras al contado y crédito

	2011	2012	2013	2014	2015
Ventas al contado	\$ 710,003.67	\$ 720,653.72	\$ 731,463.53	\$ 742,435.48	\$ 753,572.01
		2	3	8	1



Ventas al crédito	\$	\$	\$	\$	\$
	177,500.92	180,163.4	182,865.8	185,608.8	188,393.0
		3	8	7	0
Compra de contado	\$	\$	\$	\$	\$
	131,327.49	136,580.5	142,043.8	147,725.5	153,634.5
		9	2	7	9
Compras al crédito	\$	\$	\$	\$	\$
	393,982.48	409,741.7	426,131.4	443,176.7	460,903.7
		8	5	1	7

Se estiman la recuperación de los cobros y el monto para el siguiente año:

Cuadro No. 16 Determinación de cobros

	2011	2012	2013	2014	2015
Ventas al contado	\$	\$	\$	\$	\$
	710.003,67	720.653,72	731.463,53	742.435,48	753.572,01
Recuperación de ctas. Por cobrar en el presente año	\$	\$	\$	\$	\$
	162.709,17	165.149,81	167.627,06	170.141,46	172.693,59
Recuperación de ctas por cobrar año anterior	\$	\$	\$	\$	\$
	75.930,54	14.791,74	15.013,62	15.238,82	15.467,41
Total de Efectivo recibido	\$	\$	\$	\$	\$
	948.643,38	900.595,28	914.104,21	927.815,77	941.733,01
Cuentas por cobrar para el año siguiente	\$	\$	\$	\$	\$
	14.791,74	15.013,62	15.238,82	15.467,41	15.699,42
Cobros recibidos	\$	\$	\$	\$	\$
	238.639,71	179.941,55	182.640,68	185.380,29	188.160,99

Se proyectan los pagos que se efectuará a proveedores y la deuda a corto plazo para el siguiente periodo:

Cuadro No. 17 Determinación de pagos

	2011	2012	2013	2014	2015
Compras de contado	\$	\$	\$	\$	\$
	131.327,49	136.580,59	142.043,8	147.725,5	153.634,59
			2	7	
Pago de compras al crédito del presente año	\$	\$	\$	\$	\$
	361.150,60	375.596,63	390.620,4	406.245,3	422.495,13
			9	1	
Pago de compras al crédito año anterior	\$	\$	\$	\$	\$
	89.126,42	32.831,87	34.145,15	35.510,95	36.931,39
Total pagado en el año	\$	\$	\$	\$	\$
	581.604,52	545.009,09	566.809,4	589.481,8	613.061,11
			6	4	
Cuentas x pagar año siguiente	\$	\$	\$	\$	\$
	32.831,87	34.145,15	35.510,95	36.931,39	38.408,65
	\$	\$	\$	\$	\$
	450.277,02	408.428,50	424.765,6	441.756,2	459.426,52
			4	7	

## Flujo de caja proyectado

IM AUTO REPUESTOS S.A. DE C.V.					
Presupuesto de efectivo proyectado (Casa Matriz)					
(Expresado en US Dólares)					
	2011	2012	2013	2014	2015
INGRESO DE EFECTIVO AÑO ANTERIOR	5,415.46	43,211.61	62,995.50	82,746.60	102,580.30
Ingreso por ventas de contado	710,003.67	720,653.72	731,463.53	742,435.48	753,572.01
Cuentas por cobrar	238,639.71	179,941.55	182,640.68	185,380.29	188,160.99
TOTAL INGRESO EN EFECTIVO	954,058.84	943,806.88	977,099.71	1,010,562.41	1,044,313.30
EGRESO DE EFECTIVO					
Compra de Activos Fijos					
Adquisición de propiedad, planta y equipo					
Proveedores (contado)	131,327.49	136,580.59	142,043.82	147,725.57	153,634.59
Proveedores (crédito)	450,277.02	408,428.50	424,765.64	441,756.27	459,426.52
Pedidos en tránsito	543.98	549.42	554.92	560.47	566.07
Prestamos, anticipos y otros	217.87	223.32	228.88	234.62	240.48
Gastos de adm. y de ventas	301,023.58	303,847.45	296,415.57	287,122.80	276,190.22
Gastos Financieros	22,693.77	22,378.81	22,026.05	21,630.97	21,188.47
TOTAL EGRESO EN EFECTIVO	906,083.71	872,008.09	886,034.88	899,030.70	911,246.35
Impuesto sobre la renta	1,652.56	5,384.65	4,553.99	4,799.19	5,066.89
FLUJO NETO ECONÓMICO	46,322.57	66,414.14	86,510.84	106,732.52	128,000.05
Prestamo a largo plazo					
Amortización de prestamo (Corto y Largo Plazo)	3,110.96	3,418.64	3,764.20	4,152.22	4,587.75
Contribucion accionistas					
FLUJO NETO FINANCIERO	43,211.61	62,995.50	82,746.64	102,580.30	123,412.30

## Balance general

El balance general se construye del estado de resultado y del flujo de caja proyectado, en pedidos en tránsito se considera una pequeña variación del 2% con respecto al año anterior, así como un crecimiento en los préstamos y anticipos a empleados en un 2.5%.

La depreciación es calculada por medio del método de línea recta (Ver anexo No. 12)

IM AUTO REPUESTOS S.A. DE C.V.					
Balance General de Situación Financiera Proyectado (Casa Matriz)					
(Expresado en US Dólares)					
	2011	2012	2013	2014	2015
ACTIVO					
ACTIVO CORRIENTE	253,968.	281,182.	307,761.	334,905.75	363,332.60

	35	43	81		4
EFFECTIVO EN CAJA Y BANCOS	43,211.6	62,995.5	82,746.6	102,580.30	123,412.3
	2	1	2		0
CUENTAS POR COBRAR A CORTO PLAZO	14,791.7	15,013.6	15,238.8	15,467.41	15,699.41
	4	2	2		
INVENTARIOS	117,507.	121,491.	127,074.	133,120.58	139,433.2
	38	22	00		9
GASTOS PAGADOS POR ANTICIPADO					
	1,270.00	1,270.00	1,270.00	1,270.00	1,270.00
PEDIDOS EN TRANSITO					
	54,942.4	55,491.8	56,046.7	56,607.21	57,173.29
	0	3	5		
ANTICIPOS DE IMPUESTO SOBRE LA RENTA	13,312.5	15,764.3	16,000.7	16,240.78	16,484.39
	7	0	6		
PRESTAMOS Y ANTICIPOS A EMPLEADOS	8,932.64	9,155.96	9,384.85	9,619.48	9,859.96
ACTIVO NO CORREINTE					
	212,723.	199,402.	186,081.	172,760.95	159,440.1
	32	53	74		7
PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO					
	212,723.	199,402.	186,081.	172,760.95	159,440.1
	32	53	74		7
EDIFICACIONES					
	279,999.	279,999.	279,999.	279,999.09	279,999.0
	09	09	09		9
MENOS:DEPRECIACION					
	(72,350.	(84,402.	(96,454.	(108,506.9	(120,558.
	96)	95)	94)	3)	92)
MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA	4,043.09	4,043.09	4,043.09	4,043.09	4,043.09
MENOS:DEPRECIACION					
	(4,043.0	(4,043.0	(4,043.0	(4,043.09)	(4,043.09
	9)	9)	9)		)
EQUIPO DE COMPUTO					
	19,705.3	19,705.3	19,705.3	19,705.38	19,705.38
	8	8	8		
MENOS:DEPRECIACION					
	(14,630.	(15,898.	(17,167.	(18,436.59	(19,705.3
	19)	99)	79)	)	8)
EQUIPO DE TRANSPORTE					
	26,868.2	26,868.2	26,868.2	26,868.29	26,868.29
	9	9	9		
MENOS:DEPRECIACION					
	(26,868.	(26,868.	(26,868.	(26,868.29	(26,868.2
	29)	29)	29)	)	9)
EQUIPO DE COMUNICACION					
	275.00	275.00	275.00	275.00	275.00
MENOS:DEPRECIACION					
	(275.00)	(275.00)	(275.00)	(275.00)	(275.00)
EQUIPOS VARIOS					
	8,572.67	8,572.67	8,572.67	8,572.67	8,572.67
MENOS:DEPRECIACION					
	(8,572.6	(8,572.6	(8,572.6	(8,572.67)	(8,572.67
	7)	7)	7)		)
TOTAL ACTIVO					
	466,691.	480,584.	493,843.	507,666.70	522,772.8
	67	96	55		1
PASIVO					

PASIVO CORRIENTE					
	103,852.71	106,433.17	107,933.98	109,522.62	111,361.51
PRESTAMOS Y SOBREGIROS BANCARIOS	31,932.53	31,453.54	30,981.74	30,517.01	30,059.26
CUENTAS POR PAGAR A CORTO PLAZO	32,831.87	34,145.15	35,510.95	36,931.39	38,408.65
PROVISIONES Y RETENCIONES	36,155.39	36,516.95	36,882.12	37,250.94	37,623.45
IMPUESTO SOBRE LA RENTA POR PAGAR	2,932.92	4,317.53	4,559.18	4,823.28	5,270.16
PASIVO NO CORRIENTE					
	186,490.09	183,550.44	180,258.04	176,570.55	172,440.56
PRESTAMOS POR PAGAR A LARGO PLAZO	186,490.09	183,550.44	180,258.04	176,570.55	172,440.56
CAPITAL CONTABLE					
	176,348.87	190,601.35	205,651.53	221,573.53	238,970.74
CAPITAL SOCIAL					
	130,231.61	130,231.61	130,231.61	130,231.61	130,231.61
CAPITAL SOCIAL MINIMO					
CAPITAL SOCIAL VARIABLE					
RESERVA LEGAL	7,774.14	9,074.04	10,446.69	11,898.86	13,485.58
UTILIDADES POR APLICAR EJERCICIOS ANTERIORES					
	29,544.35	38,343.12	51,295.70	64,973.23	79,443.06
UTILIDAD DEL EJERCICIO PRESENTE	8,798.77	12,952.58	13,677.53	14,469.83	15,810.49
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	466,691.67	480,584.96	493,843.55	507,666.70	522,772.81

### 2.3.3.2 Proyecciones de estados financieros sucursal

Tomando en cuenta las proyecciones financieras, se evalúa la tendencia de la empresa en un período de 5 años, considerando puntos estratégicos de fluctuación de año con año.

Estos documentos de resultados, proporcionan además, información preliminar para la toma de decisiones en salvaguarda de los intereses generales de la empresa, en tal sentido la precisión y veracidad que debe tener es importante.

### Ventas Proyectadas

Para calcular las ventas estimadas se considera la evaluación del punto de equilibrio

para determinar lo que la sucursal necesita vender para enfrentar sus gastos operacionales. Una vez calculado se proyecta un crecimiento del 1% con respecto al año anterior.-

### 2.3.3.2.1 Punto de equilibrio (Sucursal)

Para estimar las utilidades necesarias para enfrentar los costos de operación se ha considerado realizar el análisis del punto de equilibrio, partiendo de que la empresa espera tener un margen de utilidad esperado del 38% en relación a sus ingresos y su costo de venta, de la manera siguiente:

| 1) Datos iniciales:

| Periodo del cálculo :

| Ventas (VT)

| 100%

| Costo (Gasto) Variable Unitario (CVT):

| 62%

| Margen de Contribución Unitario (MCT):

| 38%

| Costos y Gastos Fijos:

| De administración:

| \$ 1.285,15

| De ventas:

| \$ 2.386,70

| Total Gastos Fijos:

| \$ 3.671,85

Resultado Esperado Después de Impuesto

\$ 1.000,00

Tasa ISR (25%), Reserva Legal (7%) y otros

32%

2) Procedimiento de cálculo:

VT = Ingresos Totales (Ventas Totales)

GF = Costos (gastos) Fijos (totales)

MCT = Margen de Contribución Total (MCT = VT - CVT)

REDI = Resultado Esperado Después de Impuesto

TI = Tasas de Impuesto

Calculo:

VT =

$GF + (REDI / (1-TI))$

MCT

VT =

\$ 5.142,44

38%

VT =

\$ 13.532,73

3) Interpretación:

La Empresa IM AUTO REPUESTOS S.A. DE C.V., requiere vender \$162,392,76 (anual) para obtener una utilidad esperada, después de impuestos, de \$12,000,00, es decir

que, con ese volumen de unidades vendidas, se satisface el requerimiento planteado.

4) Comprobación:

IM AUTO REPUESTOS, S.A. DE C.V.

Estados de resultados variable

Ventas totales: =

\$ 13.532,73

Costo variable total: =

\$ 8.390,29

Margen de Contribución Total:

\$ 5.142,44

Gastos Fijos:

De administración:

\$ 1.285,15

De ventas:

\$ 2.386,70

Total Gastos Fijos

\$ 3.671,85

Resultado del periodo:

\$ 1.470,59

Tasa ISR (25%), Reserva Legal (7%) :

\$ 470,59

Resultado Esperado Después de Impuesto

\$ 1.000,00

|  
|Gráfico:

| |

**Cuadro No. 18 Determinación de ventas proyectadas**

2011	2012	2013	2014	2015
\$	\$	\$	\$	\$
162.392,76	164.016,69	165.656,85	167.313,42	168.986,56

### **Compras**

Para la determinación de las compras se proyectaron un alza del 4% constantemente porque se espera incrementar la rotación del inventario tomando en cuenta los requerimientos de la sucursal.

**Cuadro No. 19 Compras estimadas sucursal**

2011	2012	2013	2014	2015
\$	\$	\$	\$	\$
97.464,10	101.858,15	102.876,73	103.905,50	104.944,56

Para determinar el inventario final, se toma en consideración que durante el año se distribuya el 86% del inventario existente más las compras que se realicen en el transcurso del ejercicio, el 14% que representa las existencias al final del año es con lo que se estima sea abastecida la demanda de producto para dos meses aproximadamente, esto se define porque en la sucursal se espera manejar artículos de mayor demanda y movimiento.

Con estos elementos se determina el costo de venta:

**Cuadro No.20 Determinación del costo de venta**

	2011	2012	2013	2014	2015
	\$	\$	\$	\$	\$
Inventario Inicial	20.000,00	16.780,59	16.948,39	17.117,87	17.289,05
(+) Compras	97.464,10	101.858,15	102.876,73	103.905,50	104.944,56
		5	3	0	6



(-)	\$	\$	\$	\$	\$
Inventario Final	16.780,59	16.948,39	17.117,87	17.289,05	17.461,94
Costo de Venta	\$ 100.683,51	\$ 101.690,3	\$ 102.707,2	\$ 103.734,3	\$ 104.771,6
		5	5	2	7

## Determinación de gastos operativos

### Gastos operativos

Los gastos de operación que manejará la sucursal mensualmente se establecen de la siguiente manera:

- consumos básicos, están basados en datos históricos de la casa matriz, estimando el 35% para el gasto de la casa matriz, según detalle:

Cuadro No. 21 Servicios básicos Casa Matriz - Sucursal

Consumo básico	CASA MATRIZ	SUCURSAL
Energía eléctrica	\$ 228.57	\$ 80.00
Agua potable	\$ 55.37	\$ 19.38
Servicio telefónico	\$ 214.29	\$ 75.00
Servicio internet	\$ 85.71	\$ 30.00

- los impuestos municipales se toman en cuenta según las tasas establecidas en el municipio de Sta. Ana.

- Los salarios se han estimado tomando en consideración el personal necesario para la sucursal, estableciendo los cálculos de la siguiente manera:

Cuadro No.22 Cuadro cálculos salarios empleados de sucursal

Cargo	Sueldo Mensual	Sueldo anual	Cuota Patronal ISSS	Cuota Patronal AFP	Aguinaldo	Vacación	Total
Encargado de Sucursal	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 360,00	\$ 324,00	\$ 133,33	\$ 276,25	\$ 5.893,58
Cajera	\$ 200,00	\$ 2.400,00	\$ 180,00	\$ 162,00	\$ 66,67	\$ 130,00	\$ 2.938,67
Vendedor	\$ 280,00	\$ 3.360,00	\$ 252,00	\$ 226,80	\$ 93,33	\$ 182,00	\$ 4.114,13
Vendedor	\$ 280,00	\$ 3.360,00	\$ 252,00	\$ 226,80	\$ 93,33	\$ 182,00	\$ 4.114,13
Vigilante	\$ 200,00	\$ 2.400,00	\$ 180,00	\$ 162,00	\$ 66,67	\$ 130,00	\$ 2.938,67
Total	\$ 1.360,00	\$16.320,00	\$ 1.224,00	\$ 1.101,60	\$ 453,33	\$ 770,25	\$ 19.999,18

Promedio mensual (incluye vacaciones, aguinaldo y aporte patronal) = 19,999.18/12 = \$1,666.60

- La depreciación se realiza por medio del método de línea recta, considerando los cinco años proyectados según el siguiente cuadro:

Cuadro No. 23 Depreciación de sucursal

Depreciación Sucursal	Costo de Adquisición
Descripción	
Consumo de energía eléctrica	\$ 80.00
Consumo agua potable	\$ 19.38
Servicio telefónico	\$ 75.00
Servicio Internet	\$ 30.00
Salario de personal*	\$ 1,666.60
Mantenimiento	\$ 50.00
Impuestos municipales	\$ 57.29
Alquiler local	\$ 1,200.00
Gastos Varios	\$ 114.00
Intereses mensuales (promedio)	\$ 123.59
Depreciación	\$ 255.99
Total costos fijos	\$ 3,671.85

\* Incluye: vacación, aguinaldo, cuota patronal (AFP, ISSS)

IM AUTO REPUESTOS S.A. DE C.V.					
Estado de Resultados Proyectado (Sucursal)					
Periodo 2011-2015					
(Expresado en US Dòlares)					
	2011	2012	2013	2014	2015
INGRESOS Y PRODUCTOS					
VENTAS	162,39	164,01	165,65	167,31	168,98
	2.76	6.69	6.85	3.42	6.56
MENOS:					

REBAJAS Y DEVOLUCIONES					
SOBRE VENTAS					
VENTAS NETAS	162,39	164,01	165,65	167,31	168,98
	2.76	6.69	6.85	3.42	6.56
MENOS:					
INVENTARIO INICIAL	20,000	16,780	16,948	17,117	17,289
	.00	.59	.39	.87	.05
(+) COMPRAS	97,464	101,85	102,87	103,90	104,94
	.10	8.15	6.73	5.50	4.56
(-) INVENTARIO FINAL	16,780	16,948	17,117	17,289	17,461
	.59	.39	.87	.05	.94
COSTO DE VENTA	100,68	101,69	102,70	103,73	104,77
	3.51	0.35	7.25	4.32	1.67
UTILIDAD BRUTA	61,709	62,326	62,949	63,579	64,214
	.25	.34	.60	.10	.89
MENOS:					
GASTOS DE OPERACIÓN	47,397	46,358	45,247	44,057	43,180
	.92	.08	.85	.72	.76
GASTO DE VENTA	29,530	29,234	28,942	28,653	28,366
	.25	.95	.60	.17	.64
GASTO DE ADMINISTRACION	15,421	15,267	15,114	14,963	14,814
	.80	.58	.91	.76	.12
GASTOS FINANCIEROS	2,445.	1,855.	1,190.	440.79	-
	87	55	35		
UTILIDAD DE OPERACIÓN	14,311	15,968	17,701	19,521	21,034
	.33	.26	.75	.38	.13
MENOS					
RESERVA LEGAL	1,001.	1,117.	1,239.	1,366.	1,472.
	79	78	12	50	39
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	13,309	14,850	16,462	18,154	19,561
	.54	.48	.63	.89	.74
MENOS					
IMPUESTO SOBRE LA RENTA	3,327.	3,712.	4,115.	4,538.	4,890.
	38	62	66	72	43
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	9,982.	11,137	12,346	13,616	14,671
	15	.86	.97	.17	.30

### Presupuesto de efectivo proyectado

Para realizar el flujo de efectivo se han considerado los ingresos por ventas de contado

proyectadas y los ingresos por cobros provenientes de las ventas al crédito proyectadas, tomando en cuenta las siguientes políticas:

|Política de cobro|30 días|  
|Política de pago |30 días|

Ventas	%	Compras	%	
Contado	80%	Contado	25%	
Crédito	20%	Crédito	75%	

**Cuadro No.25 Determinación de ventas y compras al contado y crédito**

	2011	2012	2013	2014	2015
Ventas al contado	\$	\$	\$	\$	\$
	129,914.21	131,213.35	132,525.48	133,850.74	135,189.2
					5
Recuperación de ctas.	\$	\$	\$	\$	\$
Por cobrar en el	29,772.01	30,069.73	30,370.42	30,674.13	30,980.87
presente año					
Recuperación de ctas		\$	\$	\$	\$
por cobrar año		2,706.55	2,733.61	2,760.95	2,788.56
anterior					
Total de Efectivo	\$	\$	\$	\$	\$
recibido	159,686.21	163,989.62	165,629.52	167,285.81	168,958.6
					7
Cuentas por cobrar	\$	\$	\$	\$	\$
para el año siguiente	2,706.55	2,733.61	2,760.95	2,788.56	2,816.44
Cobros recibidos	\$	\$	\$	\$	\$
	29,772.01	32,776.27	33,104.03	33,435.08	33,769.43

**Cuadro No.27 Determinación de pagos**

	2011	2012	2013	2014	2015
Compras de contado	\$	\$	\$	\$	\$
	24.366,0	25.464,54	25.719,18	25.976,38	26.236,14
	2				
Pago de compras al	\$	\$	\$	\$	\$
crédito del presente	67.006,5	70.027,48	70.727,75	71.435,03	72.149,38
año	7				
Pago de compras al		\$	\$	\$	\$
crédito año anterior		6.091,51	6.366,13	6.429,80	6.494,09
Total pagado en el	\$	\$	\$	\$	\$
año	91.372,5	101.583,52	102.813,07	103.841,20	104.879,62
	9				
Cuentas x pagar año	\$	\$	\$	\$	\$
siguiente	6.091,51	6.366,13	6.429,80	6.494,09	6.559,03
Pagos realizados	\$	\$	\$	\$	\$
	67.006,5	76.118,99	77.093,89	77.864,83	78.643,48
	7				

Tomando todos estos elementos se construye el estado de flujo de caja proyectado:

|IM AUTO REPUESTOS S.A. DE C.V.  
|Flujo de Caja Proyectado (Sucursal)  
|(Expresado en US Dólares)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
INGRESO DE EFECTIVO			17,786.93	27,900.10	38,889.13	50,543.42
Ingreso por ventas de contado		129,914.21	131,213.35	132,525.48	133,850.74	135,189.25
Cuentas por cobrar		29,772.01	32,776.27	33,104.03	33,435.08	33,769.43
TOTAL INGRESO EN EFECTIVO	-	159,686.21	181,776.55	193,529.62	206,174.94	219,502.09
EGRESO DE EFECTIVO						
Adquisición de propiedad, planta y equipo	11,415.93					
Proveedores (contado)	20,000.00	24,366.02	25,464.54	25,719.18	25,976.38	26,236.14
Proveedores (crédito)		67,006.57	76,118.99	77,093.89	77,864.83	78,643.48
Gastos anticipados	2,089.85					
Gastos de adm. y de ventas		40,990.28	41,430.61	40,985.58	40,545.01	40,108.84
Gastos Financieros		2,445.87	1,855.55	1,190.35	440.79	-
TOTAL EGRESO EN EFECTIVO	37,449.43	134,808.74	144,869.69	144,989.00	144,827.00	144,988.46
ISR Año anterior			891.49	842.33	1,216.66	1,610.74
Pago a cuenta anticipado		2,435.89	2,870.29	2,898.99	2,927.98	2,957.26
FLUJO NETO ECONÓMICO	-	37,449.43	33,145.08	44,799.30	57,203.29	69,945.63
Amortización de préstamo		4,654.65	5,244.98	5,910.17	6,659.87	
Contribución accionistas	14,979.77					
FLUJO NETO FINANCIERO						
Balance General de Situación Financiera Proyectado (Sucursal)						
(Expresado en US Dólares)						
		2011	2012	2013	2014	2015
ACTIVO						
ACTIVO CORRIENTE		40,909.96	51,652.40	62,866.94	74,749.01	94,381.27
EFECTIVO Y EQUIVALENTES						

	17,786.93	27,900.10	38,889.13	50,543.42	69,945.64
CUENTAS POR COBRAR A CORTO PLAZO	2,706.55	2,733.61	2,760.95	2,788.56	2,816.42
INVENTARIOS	16,780.59	16,948.39	17,117.87	17,289.05	17,461.94
GASTOS PAGADOS POR ANTICIPADO	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00
ANTICIPOS DE IMPUESTO SOBRE LA RENTA	2,435.89	2,870.29	2,898.99	2,927.98	2,957.26
ACTIVO NO CORREINTE	12,287.66	9,215.74	6,143.82	3,071.90	0
PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	12,287.66	9,215.74	6,143.82	3,071.90	0
EDIFICACIONES					
MENOS:DEPRECIACION MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA	2,223.30	2,223.30	2,223.30	2,223.30	2,223.3
MENOS:DEPRECIACION	(444.66)	(889.32)	(1,333.98)	(1,778.64)	-2223.3
EQUIPO DE COMPUTO	1,720.35	1,720.35	1,720.35	1,720.35	1,720.35
MENOS:DEPRECIACION	(344.07)	(688.14)	(1,032.21)	(1,376.28)	-1720.35
EQUIPO DE TRANSPORTE	11,415.93	11,415.93	11,415.93	11,415.93	11,415.93
MENOS:DEPRECIACION	(2,283.19)	(4,566.38)	(6,849.57)	(9,132.76)	-11415.93
TOTAL ACTIVO	53,197.62	60,868.14	69,010.76	77,820.91	94,381.27
PASIVO					
PASIVO CORRIENTE	9,418.89	10,078.76	10,545.45	11,032.82	11,449.47
PRESTAMOS Y SOBREGIROS BANCARIOS					
CUENTAS POR PAGAR A CORTO PLAZO	6,091.51	6,366.13	6,429.80	6,494.09	6,559.03
PROVISIONES Y RETENCIONES IMPUESTO SOBRE LA RENTA POR PAGAR	3,327.38	3,712.62	4,115.66	4,538.72	4,890.44

PASIVO NO CORRIENTE				0	0
	17,815.01	12,570.03	6,659.87		
PRESTAMOS POR PAGAR A LARGO PLAZO	17,815.01	12,570.03	6,659.87		
CAPITAL CONTABLE	25,963.71	38,219.35	51,805.44	66,788.10	82,931.80
CAPITAL SOCIAL	14,979.77	14,979.77	14,979.77	14,979.77	14,979.77
CAPITAL SOCIAL MINIMO					
CAPITAL SOCIAL VARIABLE					
RESERVA LEGAL	1,001.79	2,119.57	3,358.69	4,725.19	6,197.58
UTILIDADES POR APLICAR EJERCICIOS ANTERIORES		9,982.15	21,120.01	33,466.98	47,083.14
UTILIDAD DEL EJERCICIO PRESENTE	9,982.15	11,137.86	12,346.97	13,616.16	14,671.31
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	53,197.61	60,868.14	69,010.76	77,820.92	94,381.27

## 2.3.4 EVALUACION DEL PROYECTO

### 2.3.4.1 Cálculo de TMAR

Para la determinación de la TMAR, se considera un premio al riesgo del 12% de acuerdo al estudio de mercado realizado en la Ciudad de Santa Ana, el cual mostro una amplia competencia, razón por la cual el inversionista arriesga mas, bajo la premisa que a mayor riesgo mayores ganancias.

La tasa de inflación a Octubre 2011 es del 5.4% anual, según fuente del Banco Central de Reserva de El Salvador:

$$TMAR = TI + PR + (TI)(PR),$$

Donde:

TI = Tasa de inflación

PR= Premio al riesgo

Cálculo:

$$TMAR: (0.054+0.12) + (0.054)(0.12)$$

$$TMAR: (0.174)+(0.00648) = 0.18$$

$$TMAR: 18\%$$

### 2.3.4.2 Análisis del valor presente neto (VPN)

Por medio de esta técnica, se puede determinar si el proyecto es aceptado o rechazado, para este estudio se han considerado los flujos resultantes del estado de caja proyectado para la sucursal.

Diagrama No. 1 Flujos de caja proyecto (sucursal)

### Calculo del VPN

Para determinar el VPN, se establece primero la tasa de interés considerada, la cual viene dada por la TMAR, resultante de la división de la utilidad neta entre los activos totales, y se procede a establecer el VPN de la siguiente manera:

AÑO	2011	2012	2013	2014	2015
Tasa	18%	18%	18%	18%	18%
Flujos de caja	\$ 22,441.58	\$ 15,358.15	\$ 16,899.1	\$ 18,314.1	\$ 19,402.2
			9	7	1

VPN 2011	\$ 19,018.29
VPN 2012	\$ 11,029.99
VPN 2013	\$ 10,285.37
VPN 2014	\$ 9,446.24
VPN 2015	\$ 8,480.89
TOTAL	\$ 58,260.77
Menos inversión inicial	\$ 37,449.43
VPN	\$ 20,811.34

Los cálculos del VPN se realizaron mediante la formula de Excel.

### Análisis:

Tomando en cuenta que el VPN es mayor que cero, el proyecto es aceptable. A la vez puede definirse como satisfactorio porque considerando los egresos e ingresos, un VPN de \$20,811.349 representa un 56% de la inversión inicial; lo que se establece como positivo porque entre mayor sea el VPN representa mas beneficio para el proyecto. Además de esto debe de estudiarse el tiempo en que la inversión es recuperada.



### 2.3.4.3 Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

Este periodo consiste en medir el plazo de tiempo que se requiere para recuperar el efectivo invertido en el proyecto. Para determinarlo se suman los flujos cada año hasta que se encuentre un valor que sea igual o mayor al efectivo inicial.

Para el estudio se toman los flujos de los tres años siguientes a la inversión:

AÑO	2011	2012	Total
Flujos de	\$	\$	\$
caja	22,441.58	15,358.15	37,799.73

De manera simplificada la inversión es recuperable entre 1 y 2 años, porque la suma de los flujos hasta el año 2012 es de \$37,799.73. Para calcular exactamente el periodo, se toma el flujo del año anterior al periodo de recuperación, lo que está dado por el año 2011 en \$22,441.58 a esto se le resta el costo de la inversión inicial (\$37,449.43) que da como resultado un costo no recuperado de \$15,007.85 esto se divide entre el flujo de caja que se presenta en el año 2012 (\$15,358.15) resultando un 0.98; a lo cual se le agregan los flujos de los años anteriores. Por lo tanto, se establece un PRI de 1.98 años, es decir que la inversión podría recuperarse dentro de 2 años aproximadamente.

### 2.3.4.4 Tasa interna de retorno (TIR)

La tasa interna de retorno, es la tasa que convierte el VPN en valor cero, lo cual significa que es el porcentaje de rentabilidad expresado en valores actuales. Para calcular se utiliza la fórmula de Excel, sobre un VPN de \$20,811.34; lo cual da como resultado una TIR de 19.53%, tomando en consideración la inversión inicial y los flujos de caja proyectados de la inversión según el siguiente detalle:

Menos inversión	-
inicial	37.449,43
2011	22.441,58
2012	15.358.15
2013	16.899.19
2014	18.314.17
2015	19.402.21

El cálculo de la TIR se ha realizado en Excel, dando como resultado 41.56%

Después de analizar el VPN, el cual da como resultado \$20,811.34; que representa el 56% de la inversión inicial y considerando una TIR de 41.56% que está por encima de una TMAR del 18%, se establece que el proyecto es aceptado y que la sucursal tiene la factibilidad de abrirse y a

la vez el empresario recupera su inversión en un período no mayor de dos años. Se establece el sostenimiento a futuro de ese proyecto el cual se muestra en los estados financieros proyectados.

#### **2.3.4.5 Estrategias mercadológicas para la apertura de sucursal.**

El empresario al enfrentar la decisión de ampliar sus operaciones, deberá considerar estrategias que le servirán para garantizar, una fácil adaptación e incursionamiento en el mercado.

#### **Selección y ubicación de la empresa**

Entre los factores de selección y ubicación, primeramente debemos tomar en cuenta las diferentes normativas del estado que apliquen para la creación o apertura de un nuevo negocio. Superado este paso, deberá tomar en cuenta los diferentes gastos fijos en los cuales incurrirá tales como luz, teléfono, agua y todos aquellos que la empresa requiriera para su funcionamiento. Y en relación a los proveedores principales se analiza el tiempo de entrega de los bienes solicitados.

En cuanto a la ubicación estratégica debe tomarse en cuenta, los parámetros resultantes del estudio mercadológico, tales como aceptación del cliente, análisis de vía y medios de comunicación, los cuales se encargan de dar a conocer masivamente el producto,

#### **La ubicación estratégica**

Ubicación estratégica: en cuanto a este punto debe considerarse aspectos resultantes de uno por un estudio mercadológico, tales como la aceptación del cliente, análisis de vías y medios de comunicación las cuales se encargaran de dar a conocer masivamente el producto, tanto como para empleados, como para el consumidor en general de un sector específico.

Estos deben ser tomados en consideración a la hora de seleccionar el espacio físico, ya que es un factor determinante para estar cerca de los mercados de consumo, acceso a los suministros de inventario, etc. Además tiene que cumplir con la característica de ofrecer seguridad, el establecer un nuevo proyecto implica un compromiso social en lo que a seguridad respecta, ya que un entorno seguro al final es un compromiso entre proveedores, clientes y empleados mismos.

## **2.4 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **2.4.1 CONCLUSIONES**

- La empresa estudiada, no hace uso de las herramientas de análisis financiero ni de mercado, para proyecciones de apertura de nuevas salas de venta, lo cual se considera un riesgo importante para el empresario, al no contar con bases técnicas que den soporte a las decisiones de inversión.
- Los empresarios consideran la utilización de las herramientas de análisis financiero, como aportes costosos, y no invierten en capacitación al personal en este sentido, la ausencia de personas conocedoras de finanzas en estas empresas, hace que el empresario opte por no realizarlos.
- En las decisiones de expansión, la empresa evaluada, no hace uso de estudios de mercado, dejando de lado conocer las condiciones especiales bajo las cuales el cliente estaría dispuesto a comprar los productos y servicios a diferencia de los demás establecimientos dedicados a este rubro, tomando en cuenta los puntos estratégicos que el mismo cliente manifiesta y espera recibir, esto como punto de partida para incursionar en mercados cuya competencia es importante

#### **2.4.2 RECOMENDACIONES**

- Se recomienda a la empresa fortalecer el uso de diferentes tipos de herramientas financieras que le permitan ampliar los criterios de decisión, a fin de darle un mejor uso a la información financiera generada, en el sentido específico de las oportunidades de inversión en proyectos de expansión.
- Se recomienda buscar herramientas de análisis financiero que contribuyan a la toma de decisiones de expansión de las empresas, ya que se ha vuelto en gran medida un recurso cada vez más importante el cual debe ser tomado en cuenta por los empresarios, porque el tipo de información obtenida, contribuye al suministro de datos que ayuden a la evaluación de diferentes alternativas y oportunidades de decisión de inversión y de empresa.
- Se brinda al empresario la recomendación de que previo al lanzamiento de nuevas aperturas y expansiones de negocios, hacer uso de estudios de mercado. ya que a través de este recurso se mide la aceptación, disponibilidad, y competencia a la que la empresa se va a enfrentar y a la vez ayudaría a conocer en qué punto una nueva sucursal se consideraría una alternativa importante desde la

óptica del cliente.

## BIBLIOGRAFIA

### LIBROS

**Bowlin, Oswald D.** Año 1982, "Análisis Financiero; Guía Técnica para la Toma de Decisiones", McGraw-Hill, México.

**Fidias G. Arias.** "El Proyecto de Investigación, Guía para su elaboración (3ra. Edición). Editorial Episteme, Oriol Ediciones, Caracas, 1999.

**Gitman, Lawrence J.** Año 2003, décima edición, "Principios de la Administración Financiera", Pearson 11P. México.

**Jovel Jovel, Roberto Carlos.** Año 2008. Primera edición. "*Guía básica para elaborar trabajos de investigación, ideas prácticas para desarrollar un proceso investigativo*". Editorial Imprenta Universitaria, Universidad de El Salvador, El Salvador.

### TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN

**Campos Maldonado, Lucy Marilyn y Otros,** año 2011 "Aplicación del Análisis Financiero como herramienta de detección de factores que inciden en la rentabilidad y la toma de decisiones gerenciales en Droguería M&M, S.A. de C.V." Trabajo de graduación para optar al grado de Licenciado en Contaduría Pública, San Salvador, Universidad de El Salvador.

**Hernández García, Gladys Guadalupe y Otros,** Año 2010 "Evaluación y estudio de factibilidad para el proyecto de inversión: apertura de sucursal de venta de materiales eléctricos", Trabajo de graduación para optar al grado de Licenciado en Contaduría Pública, San Salvador, Universidad de El Salvador.

**Hernández Solano, Verónica Guadalupe y Otros,** Año 2010 "El Análisis Financiero como herramienta para la toma de decisiones en una empresa dedicada a la Industria Algodonera en El Salvador" Trabajo de graduación para optar al grado de Licenciado en Contaduría Pública, San Salvador, Universidad de El Salvador.

### DIRECCIONES ELECTRÓNICAS

**Hernández, Abraham.** "Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión" Año 2005. Disponible en World Wide Web <http://books.google.es>. Consultado el 06 de Julio de 2011.

**Rubio Dominguez**, Pedro. "Manual de Análisis Financiero". Disponible en World Wide Web <http://books.google.es>. Consultado el 04 de Julio de 2011.

**Super Repuestos** "Datos Históricos" Disponible en World Wide Web <http://superrepuestos.com/index.php/datoshistóricos>. Consultado el 03 de Julio de 2011.

**Toyota Didea** "Historia" Disponible en World Wide Web <http://toyotadidea.com/history.html>. Consultado el 03 de Julio de 2011.

# ANEXOS

## **INDICE DE ANEXOS**

**ANEXO 1: MODELO DE ENCUESTA ESTUDIO DE MERCADO**

ANEXO 2: MODELO DE ENCUESTA OPINION GERENCIAL

ANEXO 3: LISTADO DE EMPRESAS SELECCIONADAS PARA MUESTREO

ANEXO 4: METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

**ANEXO 5: RESULTADOS DE ENCUESTA ESTUDIO DE MERCADO**

**ANEXO 6: RESULTADOS DE ENCUESTA OPINION GERENCIAL**

**ANEXO 7: RAZONES FINANCIERAS CASA MATRIZ (PERIODO 2008 – 2010)**

**ANEXO 8: CALCULOS ANALISIS VERTICAL Y HORIZONTAL BALANCE GENERAL**

ANEXO 9: CALCULOS ANALISIS VERTICAL Y HORIZONTAL ESTADO DE RESULTADOS

**ANEXO 10: CALCULO DE TASA DE INTERES**

ANEXO 11: CALCULO DE CUOTA MENSUAL PRESTAMO SUCURSAL

ANEXO 12: **DEPRECIACION CASA MATRIZ**

**ANEXO 13: ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS CONSOLIDADOS**

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**  
**ESCUELA DE CONTADURÍA PÚBLICA**  
**ESTUDIO DE MERCADO**

**Encuesta dirigida a los consumidores de repuestos automotrices en el Municipio de Santa Ana**

**Indicación:** Marque con una X la opción que considere apropiada.

**Objetivo general:**

Realizar un estudio de mercado que determine la factibilidad y aceptación de los consumidores de repuestos automotrices en función de la apertura de una sucursal dedicada a este rubro.

**PREGUNTA No. 1**

¿Realiza revisiones preventivas a su vehículo?

- a) Si
- b) No

**PREGUNTA No. 2**

¿Con qué frecuencia requiere repuestos para su vehículo?

- a) Mensual
- b) Trimestral
- c) Semestral
- d) Anual

**PREGUNTA No. 3**

¿Adónde compra sus repuestos?

- a) San Salvador
- b) Santa Ana
- c) San Miguel

**PREGUNTA No.4**

¿En qué empresa generalmente hace su compra?

- a) Impresa Repuestos
- b) Didea Repuestos
- c) A & A Repuestos
- d) Super Repuestos
- e) La casa del repuesto
- f) Hueseras
- g) Otras

**PREGUNTA No. 5**

¿Qué factor es el determinante para que realice su compra en ese lugar?

- a) Falta de agencia cercana
- b) Precios
- c) Diversidad
- d) Atención
- e) Horarios de atención a clientes
- f) Promociones

Otros \_\_\_\_\_

---

---

---



**PREGUNTA No. 6**

¿Consideraría usted importante contar con una alternativa más, que diversifique el mercado de repuestos automotrices?

- a) Si
- b) No

**PREGUNTA No. 7**

¿Con qué frecuencia realiza compras de repuestos en otra sucursal a la habitual?

- a) Muy a menudo
- b) De vez en cuando
- c) Nunca

**PREGUNTA No. 8**

¿Qué sector considera más idóneo para la ubicación de una sucursal de repuestos automotrices?

**PREGUNTA No. 9**

¿Cuáles son las ventajas que considera al tener cerca una sucursal?

- a) Mejor alcance a productos
- b) Mejor accesibilidad
- c) Mayores oportunidades de compra
- d) Comodidad
- e)

Otras \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**PREGUNTA No. 10**

¿Qué le gustaría que esta sucursal tuviera a diferencia de las demás?

- a) Precios bajos
- b) Facilidades de pago
- c) Ofertas
- f) Amplio parqueo
- g) Accesibilidad de horarios
- h) Diversidad de productos
- i) Servicio de instalación
- j) Asesoría técnica
- k)

Otros \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**  
**ESCUELA DE CONTADURÍA PÚBLICA**

Encuesta dirigida a los Gerentes de empresas comercializadoras de repuestos para vehículos.

**Indicación:** Marque con una X la opción que considere apropiada.

**Objetivo:** Identificar si la información financiera es oportuna para su conocimiento y análisis

**PREGUNTA No1**

¿Con qué frecuencia se presenta a la gerencia los estados financieros de la empresa?

**Opciones:**

- a) Trimestral
- b) Semestral
- c) Anual

**Objetivo:** Conocer si las empresas crean información adicional que les ayude para el conocimiento de la situación financiera.

**PREGUNTA No. 2**

¿Qué información adicional complementaria a los estados financieros es generada?

- a) Flujos de Caja
- b) Estadísticos de ventas
- c) Reportes Auxiliares
- d) Ninguna

**Objetivo:** Conocer cuál o cuáles son las alternativas de análisis financiero que la gerencia aplica

**PREGUNTA No. 3**

De las siguientes alternativas de análisis ¿cuáles utiliza?

**Opciones:**

- a) Razones Financieras
- b) Punto de Equilibrio
- c) Indicadores de gestión
- d) Ninguna

**Objetivo:** Identificar cuál o cuáles son las principales causas de que las empresas evaluadas no realicen un análisis financiero

**PREGUNTA No.4**

Si la respuesta a la pregunta 3 fue ninguna, ¿cuál es la causa por la cual no se realiza?

**Opciones:**

- a) Falta de conocimiento
- b) La información financiera no es oportuna
- c) Por razones económicas
- d) Falta de personal capacitado

**Objetivo:** Corroborar el grado de importancia que las técnicas representan para la toma de decisiones

**PREGUNTA No. 5**

De las siguientes alternativas ¿Cuál considera usted que el análisis financiero le ayudaría a decidir?

**Opciones:**

- a) Aumento de capital
- b) Inversiones
- c) Financiamiento
- d) Disminución de Gastos

**Objetivo:** Evaluar si el empresario identifica el riesgo que implica tomar una decisión con carencia de bases técnicas

**PREGUNTA No. 6**

¿Cuáles de los siguientes riesgos podrían surgir al no realizar un análisis financiero?

**Opciones:**

- a) Incertidumbre de los resultados esperados
- b) No otorgamiento de crédito
- c) Perdida de capital
- d) Perdida de la inversión
- e) Negocio en marcha

**Objetivo:** Conocer el número de sucursales que poseen las empresas encuestadas

**PREGUNTA No. 7**

Además de la casa matriz ¿Cuántas sucursales posee?

**Opciones:**

- a) 1
- b) 2
- c) 3
- d) Más de tres
- e) Ninguna

**Objetivo:** Verificar que las empresas controlen el funcionamiento a largo plazo de la(s) sucursal(es)

**PREGUNTA No.8**

Si posee sucursal(es), de las siguientes opciones ¿Cuáles utiliza para monitorear su funcionamiento?

**Opciones:**

- a) Proyecciones de ingresos y egresos
- b) Visitas in situ
- c) Reportes de sucursal
- d) No monitorea

**Objetivo:** Identificar las principales causas por las que las empresas comercializadoras de repuestos para vehículos no invierten en nuevas sucursales

**PREGUNTA No. 9**

En caso de no poseer sucursal o si desee la apertura de una nueva, ¿qué impide el surgimiento de esta?

**Opciones**

- a) Falta de recursos económicos
- b) Falta de financiamiento
- c) Inestabilidad en los ingresos
- d) Falta de interés

**Objetivo:** Identificar el origen de los fondos para la apertura de sucursal

**PREGUNTA No. 10**

En el caso de invertir en una sucursal, ¿cuál sería su fuente de financiamiento principal?

**Opciones:**

- a) Fondos Propios
- b) Préstamos Bancarios o a terceros
- c) Una combinación de ambos
- d) No tiene pensado invertir

**Objetivo:** Conocer diferentes criterios que el empresario toma para efectos de financiamiento a falta de un análisis financiero.

**PREGUNTA No. 11**

¿Cuál es el criterio de la selección de una fuente de financiamiento que usted podría considerar para la apertura de sucursal?

**Opciones:**

- a) Condiciones de crédito
- b) Tasa de interés
- c) Plazo
- d) Conocimiento empírico
- e) Criterio personal
- f) Influencia de la competencia
- g) Experiencia de campo

**Objetivo:** Identificar el nivel de interés que posee el empresario para la preparación de un análisis financiero

**PREGUNTA No. 12**

¿Cree usted que una investigación relacionada al análisis financiero enfocado a la apertura de sucursal(es), contribuiría a una mejor toma de decisiones

**Opciones:**

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) En desacuerdo



**Objetivo:** Verificar si el empresario utiliza alguna técnica para evaluar los proyectos de inversión

**PREGUNTA No. 13**

¿Cuáles de las siguientes técnicas de evaluación de proyectos utiliza para tomar decisiones de inversión?

**Opciones:**

- a) Valor Presente
- b) Tasa interna de retorno
- c) Relación costo – beneficio
- d) Ninguna

**Objetivo:** Comprobar las bases de información para la ejecución de un determinado proyecto

**PREGUNTA No. 14**

De los siguientes estudios ¿cuáles realiza para obtener información necesaria sobre el proyecto que desea ejecutar?

**Opciones:**

- a) Estudio de mercado
- b) Estudio financiero
- c) Estudio técnico
- d) Estudio administrativo
- e) Ninguno

DIRECTORIO DE REPUESTOS NUEVOS PARA VEHICULOS (MUESTRA)  
DEPARTAMENTO DE SAN SALVADOR, MUNICIPIO DE SAN SALVADOR

No.	NOMBRE COMERCIAL	RAZON SOCIAL	DIRECCION
1	CONTINENTAL AUTO PARTS	FREMARCA, S.A. DE C.V.	29 CALLE PONIENTE Y 21 AV. NORTE # 1204, COLONIA LAYCO
2	PROYESA, S. A. DE C. V.	PROYECTOS INDUSTRIALES, S. A DE C. V.	BLVD. VENEZUELA # 1146
3	PROYAUSA, S, A DE C. V.	PROYECTO AUTOMOTRIZ, S.A DE C.V.	29 CALLE PTE # 542 BARRIO SAN MIGUELITO
4	OSCAR'S AUTO REPUESTOS, S.A DE C.V.	OSCAR'S AUTO REPUESTOS, S.A DE C.V.	29 CALLE OTE N° 417 COL. LA RABIDA
5	OSLIMA, S. A DE C. V.	OSLIMA, S. A DE C. V.	29 CALLE ORIENTE Y 12 AV. NORTE # 627 COL. LA RABIDA, SAN SALVADOR
6	A & A REPUESTOS	A & A COMERCIAL, S.A. DE C.V.	CALLE SAN ANTONIO ABAD Y AV. EL TANQUE # 3508
7	REPUESTOS GRANADOS , S.A DE C.V.	REPUESTOS GRANADOS , S.A DE C.V.	29 C. PTE. # 920 COL. LAYCO, S.S.
8	RAMOS HERMANOS, S.A. DE C.V.	RAMOS HERMANOS, S.A. DE C.V.	29 CALLE PTE Y 7A AV. NORTE # 453
9	IMPRESSA REPUESTOS	IMPRESSA, S.A. DE C.V.	7A AVENIDA NORTE COLONIA Y PASAJE LAYCO # 1629
10	RESAL	REPUESTOS SALVADOREÑOS, S. A. DE C. V.	BLVD VENEZUELA # 110 Y 2A AV. SUR
11	SUPER REPUESTOS	OJST HERNANDEZ, S, A DE C. V.	BOULEVARD CONSTITUCION # 504
12	VALPARTES , S.A. DE C.V.	VALPARTES , S.A. DE C.V.	29 AV. SUR Y FINAL 12 CALLE C. PTE. BIS # 1540 COL. CUCUMACAYAN SAN SALVADOR
13	INTERPA, S. A. DE C. V.	INTERNACIONAL DE PARTES, S. A. DE C. V.	29 CALLE PTE # 1225 COLONIA LAYCO
14	MAQUIRSA, DE C.V.	MAQUINARIAS Y REPUESTOS , S.A. DE C.V.	2DA. AV. NTE. . 1716 COL. LA RABIDA
15	MARIO'S AUTO PARTS	MARIO'S AUTO PARTS, S.A. DE C.V.	5A. AV. NTE. 1719 S.S.
16	MIRHESA, S A DE C. V.	MIRHESA, S A DE C. V.	25 CALLE PONIENTE # 805 FINAL 13 AV. NORTE COL. LAYCO
17	BEST PARTS , S.A. DE C.V.	BEST PARTS , S.A. DE C.V.	29 CALLE PONIENTE # 821 COL. LAYCO

DIRECTORIO DE REPUESTOS NUEVOS PARA VEHICULOS (MUESTRA)			
DEPARTAMENTO DE SAN SALVADOR, MUNICIPIO DE SAN SALVADOR			
18	REPUESTOS IMPORT CARS , S. A. DE C. V.	IMPORTCARS, S. A. DE C. V.	29 CALLE PTE. # 1027 COL. LAYCO SAN SALVADOR
19	ECONOPARTS	ALPINA, S.A. DE C.V.	6A 10A CALLE PONIENTE Y 27 AV. SUR # 1509
20	REPUESTOS GENESIS, S.A. DE C.V.	REPUESTOS GENESIS, S.A. DE C.V.	29 CALLE PONIENTE Y 13 AV. NORTE # 1521, COL. LAYCO
21	LA CASA DEL REPUESTO	LA CASA DEL REPUESTO, S.A. DE C.V.	25 AV. SUR Y 4A CALLE PTE # 311
22	OMNIPARTS, S. A. DE C. V.	OMNIPARTS, S. A. DE C. V.	CALLE RUBEN DARIO # 1136 SAN SALVADOR
23	MOTARSA, S.A. DE C.V.	MOTORES ACCESORIOS Y REPUESTOS SALVADOREÑOS, SA DE CV	10A AV. SUR # 1242 BARRIO SAN JACINTO
24	LUBRIMOTORS	JOSE MARIA SALINAS DERAS	27 CALLE PONIENTE # 209
25	MOTREX AUTO PARTES, S.A. DE C.V.	MOTREX AUTO PARTES, S.A. DE C.V.	29 CALLE PONIENTE # 1228 COLONIA LAYCO
26	SALVATRACK , S.A. DE C.V.	SALVATRACK , S.A. DE C.V.	11 AV. NTE. Y PASAJE LAYCO ENTRE 29 CALLE PONIENTE
27	TECNO REPUESTOS	TECNO REPUESTOS, S.A. DE C.V.	31 CALLE PONIENTE Y PJE. 1 # 1635 COL. LAYCO SAN SALVADOR
28	REYMER, S.A. DE C.V.	REPUESTOS INDUSTRIALES Y MECANIC. RECONST., S.A DE C.V	31 CALLE PTE. #110 COLONIA LAYCO
29	SUMINISTRO INTERNACIONAL DE REPUESTOS	SUMINISTRO INTERNACIONAL DE REPUESTOS ,S.A DE C.V	29 CALLE PTE. # 1246 COL. LAYCO
30	LA CENTRAL DE PARTES , S.A. DE C.V.	LA CENTRAL DE PARTES , S.A. DE C.V.	29- CALLE PTE. PJE. # 1 LOCAL 1620 COL. LAYCO
31	VOLKS TONY AUTOREPUESTOS	JOSE ANTONIO RAMOS ORELLANA	29 CALLE PTE. Y 13 AV. NTE. #736 COL. LAYCO
32	AUTO MUNDO	AUTO MUNDO S.A. DE C.V.	29 CALLE PTE. #520 COL. LAYCO
33	MOTOR INTER REPUESTOS	CLARA LUZ CALIX DE INFANTOZZI	29 CALLE PONIENTE # 517 EDIF. SANTA CRUZ S.S
34	REPUESTOS LAZO	ARNULFO HERNANDEZ LAZO	29 C. OTE. #715, COL. LA RABIDA

## **METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION**

La investigación está orientada a comprobar la falta del uso de análisis financiero, en las empresas dedicadas a la compra y venta de repuestos automotrices, y a verificar si a través del uso de esta herramienta se logrará minimizar el riesgo en la toma de decisiones para la apertura de una sucursal en la región occidental. Además se realizó un estudio de mercado en el Municipio de Santa Ana, con el objetivo de conocer las necesidades y opiniones del público.

Se ha utilizado el enfoque hipotético deductivo, analizando desde una perspectiva general aquellos elementos que puedan ser una causa para el surgimiento de la problemática. Las unidades de análisis a evaluar son los gerentes de empresas dedicadas a la comercialización de repuestos automotrices nuevos; tomando una muestra de 48 empresas, pero por motivos de fuerza mayor solo se realizó el 70% de esta, es decir se logró encuestar a 34 gerentes. Con respecto al estudio de mercado se corrieron 50 encuestas a personas que compran suministros automotrices para sus vehículos

Los instrumentos a utilizar fueron cuestionario con preguntas abiertas y cerradas, ordenadas lógicamente para dirigir al público o a los gerentes, según fuera el caso. El resultado de la información fue tabulado por medio de Excel, haciendo uso de gráficos para facilitar la presentación, comprensión e interpretación de los resultados.

## RESULTADOS DE ENCUESTA ESTUDIO DE MERCADO

### 1. ¿Realiza revisiones preventivas a su vehículo?

	Frecuencia	
RESPUESTAS	A	R
NO	2	4%
SI	48	96%
Total general	50	100%

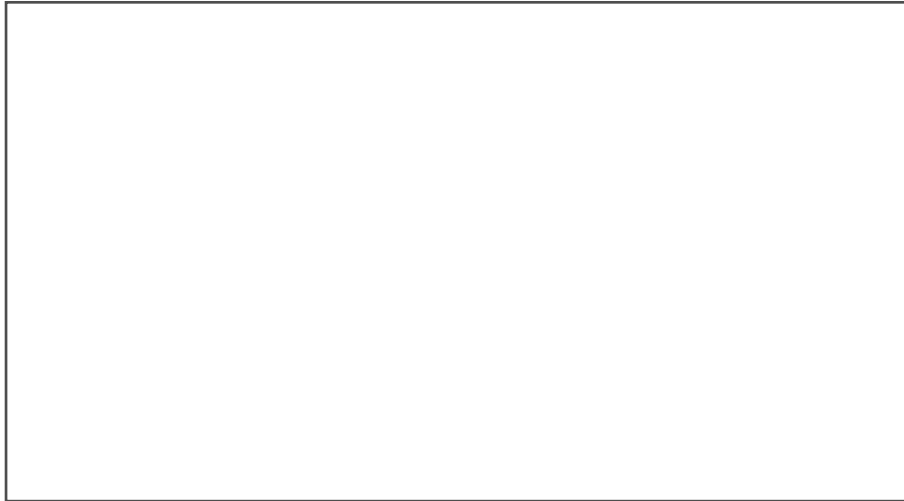


### ANÁLISIS

Según el resultado mostrado en la gráfica anterior, el 96% de las personas encuestadas, afirma que realizan mantenimiento preventivo a sus vehículos y solo un 4% respondió que no lo hacen.

## 2. ¿Con qué frecuencia requiere repuestos para su vehículo?

	Frecuencia		
RESPUESTAS	A		R
ANUAL	6		12%
MENSUAL	11		22%
SEMESTRAL	22		44%
TRIMESTRAL	11		22%
Total general	50		100%



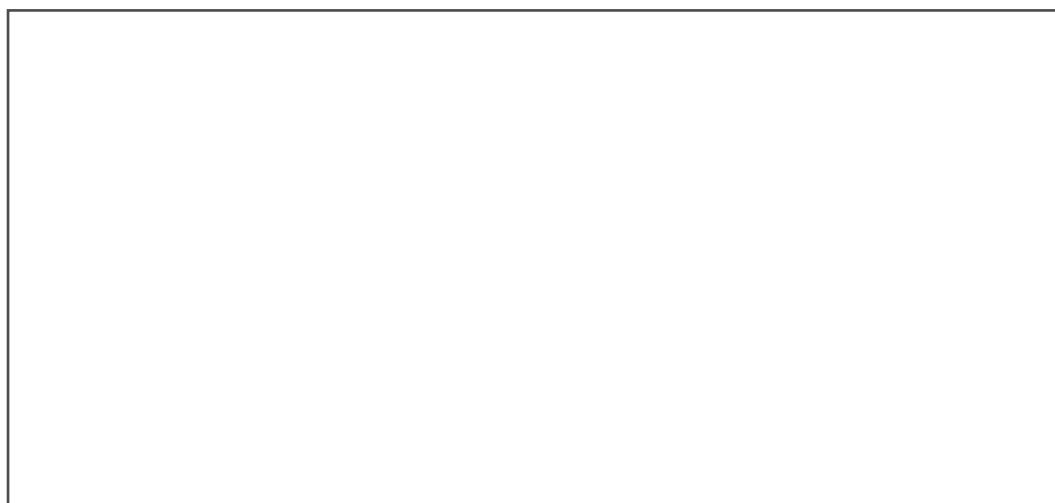
### ANÁLISIS

De acuerdo al presente resultado, la frecuencia con que los encuestados requieren repuestos para sus vehículos se distribuyen con el 44% cada seis meses; siguiendo en igual porcentaje mensual y trimestralmente con un 22% y solo el 12% manifiesta necesitarlos cada año.

| Frecuencia |

### 3. Adónde compra sus repuestos?

RESPUESTAS	A	R
SAN MIGUEL	0	0%
SAN SALVADOR	2	4%
SANTA ANA	48	96%
Total general	50	100%



### ANÁLISIS

Conforme a los resultados obtenidos el porcentaje mayoritario muestra que las compras son realizadas en el municipio de Santa Ana en un 96% y el 4% las efectúan en el municipio de San Salvador

#### 4. ¿En qué empresa generalmente hace su compra?

	Frecuencia	
RESPUESTAS	A	R
A&A REPUESTOS	10	20%
DIDEA REPUESTOS	7	14%
HUESERAS	1	2%
IMPRESSA REPUESTOS	27	54%
LA CASA DEL REPUESTO	4	8%
OTRAS	9	18%
SUPER REPUESTOS	23	46%



#### ANÁLISIS

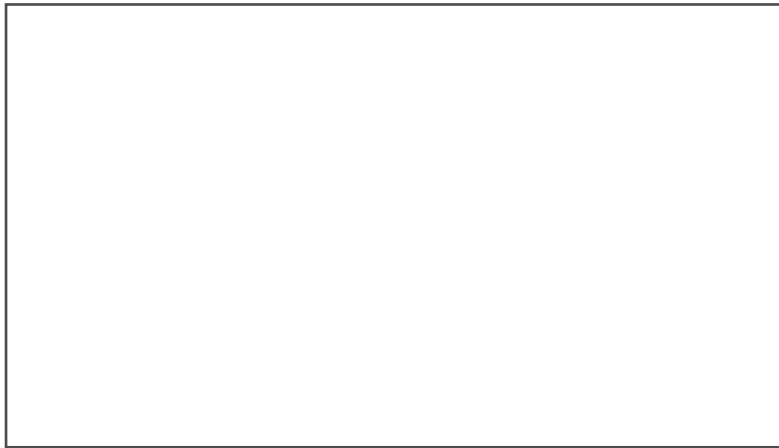
La tendencia que muestra este resultado, da a conocer la competitividad entre las empresas, ya que la diferencia entre la aceptación de algunas de ellas es relativamente corta, tal es el caso de Imprensa con una aceptación de 54% en el mercado, marcando una diferencia de 8 puntos con respecto a Super repuestos que representa el 46%. Otra comparación similar, esta dada por A & A con un 20%, otras con un 18% y Didea con el 14%, dejando el 8% para La Casa del Repuesto y las Hueseras con el 2%.

Cabe mencionar que los negocios de venta de productos para vehículos, que están representados por las pequeñas y medianas empresas representan el 18% en el posicionamiento de mercado, superando en 10 puntos a La Casa del Repuesto.



### 5. ¿Qué factor es el determinante para que realice su compra en ese lugar?

RESPUESTAS	A	R	
DIVERSIDAD	19	38%	
FALTA DE AGENCIA CERCANA	3	6%	
HORARIOS DE ATENCION A CLIENTES	7	14%	
PRECIOS	42	84%	
PROMOCIONES	5	10%	
BUENA ATENCION AL CLIENTE	4	8%	
Frecuencia			



### ANÁLISIS

Según la tendencia que se muestra en la presente gráfica, se percibe que el factor determinante para realizar las compras en el lugar de preferencia, es el precio del bien a adquirir, el 84% de los encuestados refleja esta aseveración y el 38% se inclina por la diversidad de productos; lo que significa que la empresa que logre posicionarse en el mercado, tendrá que mantener precios competitivos y una gama de artículos que satisfagan la necesidad del cliente. Dejando el 14% de preferencia por los horarios de atención, 10% a promociones, el 8% a la buena atención y en un porcentaje menor del 6% de los encuestados por falta de una agencia cercana.

**6. ¿Consideraría usted importante contar con una alternativa más, que diversifique e mercado de repuestos automotrices?**

RESPUESTAS	A	R	
NO	4	8%	
SI	46	92%	
Total general	50	100%	
	Frecuencia		

**ANÁLISIS:**

Del total de personas encuestadas el 92% considera que es importante contar con nuevas sucursales para realizar sus compras en el mercado de repuestos automotrices, y el 8% considera que no es necesario.

## 7. ¿Con qué frecuencia realiza compras de repuestos en otra sucursal a la habitual?

	Frecuencia	
RESPUESTAS	A	R
DE VEZ EN CUANDO	39	78%
MUY AMENUDO	2	4%
NUNCA	9	18%
Total general	50	100%

### ANÁLISIS:

La mayoría de personas compra repuestos para sus vehículos en otra sucursal de vez en cuando representado por un 78%, lo cual significa que estarían dispuestas a darle aceptación a otro negocio que llene sus expectativas. El 18% muestra la fidelidad a un establecimiento de su preferencia y el 4% muy a menudo los adquiere en cualquier negocio relacionado con el rubro.

**8. ¿Qué sector considera más idóneo para la ubicación de una sucursal de repuestos automotrices?**

	Frecuencia		
RESPUESTAS	A	R	
25 CALLE PONIENTE	23	46%	
CENTRO	24	48%	
CENTROS COMERCIALES	3	6%	
Total general	50	100%	



**ANÁLISIS:**

De acuerdo a la presente gráfica la tendencia representada por el 48% opinan que la zona mas idónea para instalar una nueva agencia, seria en el Centro del municipio de Santa Ana, esto responde a la necesidad de tener repuestos mas accesibles. El 46% considera que debe de estar ubica en la 25 Calle Poniente, que es donde actualmente se encuentran ubicadas la mayoría de empresas de este rubro; tomando como fundamento la diversidad de establecimientos que le brinden el mismo servicio y el 6% preferiría que se establezca en los centros comerciales.

### 9. ¿Cuáles son las ventajas que considera al tener cerca una sucursal?

	Frecuencia	
RESPUESTAS	A	R
COMODIDAD	11	22%
MAYOR OPORTUNIDADES DE COMPRA	17	34%
MEJOR ACCESIBILIDAD	22	44%
MEJOR ALCANCE DE PRODUCTOS	21	42%
OTRAS	3	6%



#### ANÁLISIS:

Entre las ventajas expuestas en el ítem anterior, la muestra evaluada refleja como excelente alternativa el contar con mejor accesibilidad representado por un 44%, mientras que el 42% considera como segunda opción más importante el mejor alcance a los productos que necesita. El 34% de las respuestas indican que el contar con mayores oportunidades de compra es importante y el 22% opina que la comodidad de tener una sucursal a su alcance es una ventaja significativa.

## 10. ¿Qué le gustaría que esta sucursal tuviera a diferencia de las demás?

	Frecuencia	
	A	R
RESPUESTAS		
ACCESIBILIDAD DE HORARIOS	12	24%
AMPLIO PARQUEO	23	46%
ASESORIA TECNICA	16	32%
DIVERSIDAD DE PRODUCTOS	16	32%
FACILIDADES DE PAGO	12	24%
OFERTAS	17	34%
OTRAS	3	6%
PRECIOS BAJOS	43	86%
SERVICIO DE INSTALACION	8	16%



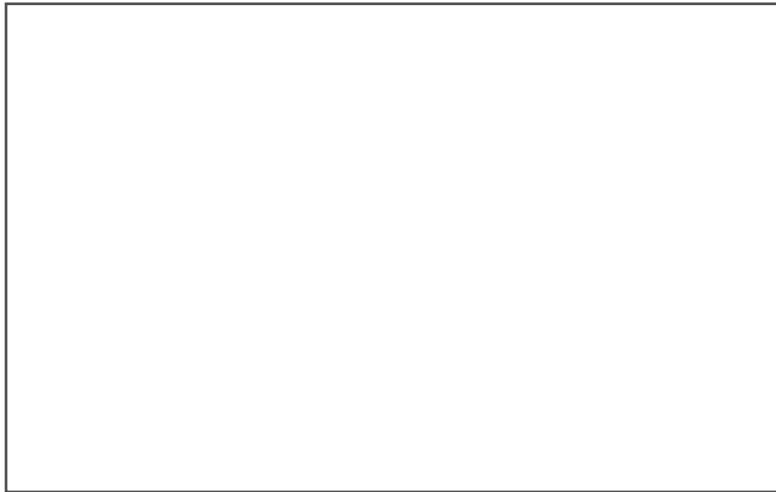
### ANÁLISIS:

Esta pregunta está enfocada en marcar las insuficiencias principales que quisiera el cliente satisfacer con una nueva sucursal; se identifico que el 86% de las respuestas se inclinaron por contar con precios bajos, el 46% tienen la necesidad de que esta sucursal cuente con un amplio parqueo; paralelamente el 34% respondió que le gustaría contar con ofertas, diversidad de productos y asesoría técnica. Los ítem de facilidades de pago y horario cuenta con el 24% de aceptación cada uno.

## RESULTADOS DE ENCUESTA OPINION GERENCIAL

1. ¿Con que frecuencia se presenta a la gerencia los estados financieros de la empresa?

		Frecuencia	
RESPUESTAS	A	R	
ANUAL	37	70%	
SEMESTRAL		0%	
TRIMESTRAL	16	30%	
Total general		100%	

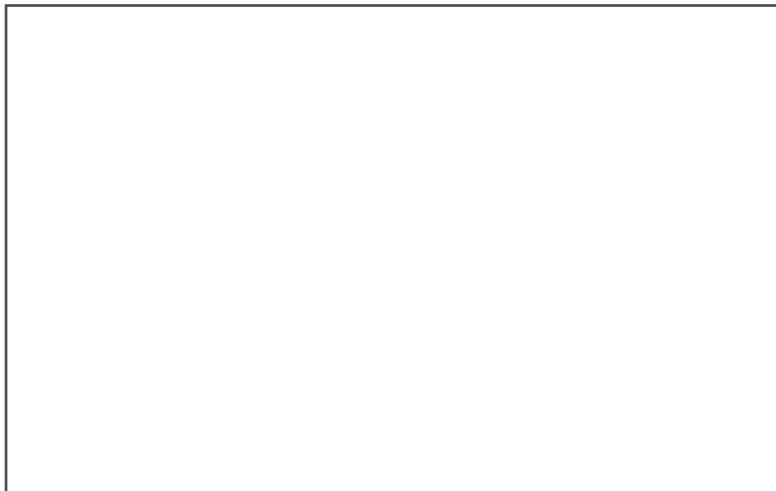


### ANÁLISIS:

De acuerdo a esta pregunta se puede determinar que el 70% expone a nivel gerencial los estados financieros anualmente y el 30% de estos los presenta cada tres meses.

## 2. ¿Qué información adicional complementaria a los estados financieros es generada?

	Frecuencia	
RESPUESTAS	A	R
FLUJOS DE CAJA	21	28%
ESTADISTICOS DE VENTA	37	50%
REPORTES AUXILIARES	11	15%
NINGUNA	5	7%
Total general		100%



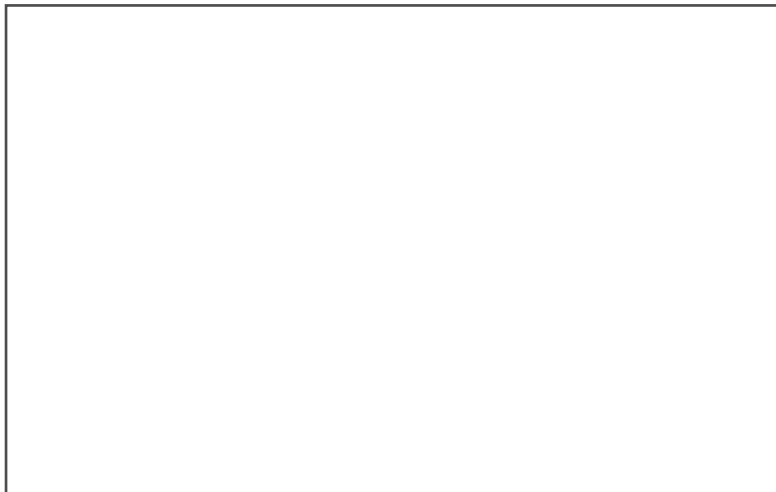
### ANÁLISIS:

La información financiera se ve reforzada en un 37% por los reportes de ventas, el 21% considera los flujos de caja como información complementaria a los estados financieros, mientras que un 11% considera los reportes auxiliares y el 5% no prepara otro tipo de informe aparte de los estados financieros.



### 3. De las siguientes alternativas de análisis ¿cuáles utiliza?

	Frecuencia		
RESPUESTAS	A	R	
NINGUNA	1	2%	
RAZONES FINANCIERAS	11	23%	
PUNTO DE EQUILIBRIO	26	54%	
INDICADORES DE GESTION	10	21%	
Total general	48	100%	

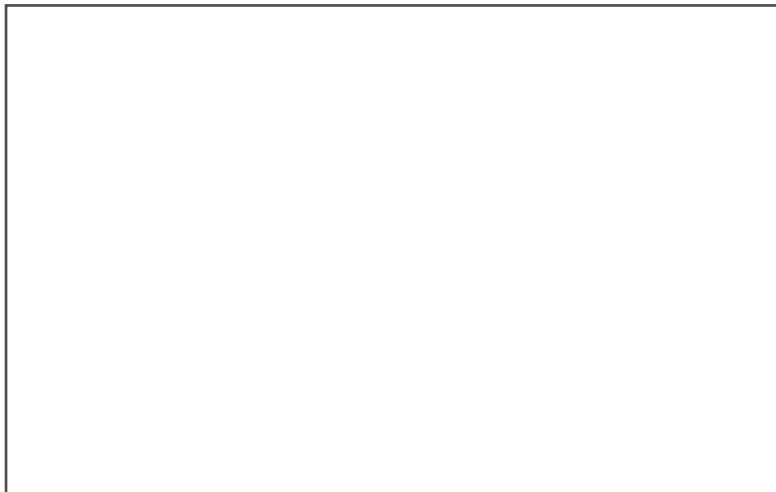


#### ANÁLISIS:

Entre las alternativas para establecer un análisis financiero, el 26% de la población considera el punto de equilibrio, el 11% se apoya en los indicadores de gestión, mientras que el 10% considera a las razones financieras para la toma de decisiones.

4. Si la respuesta a la pregunta 3 fue ninguna, ¿cuál es la causa por la cual no se realiza?

	Frecuencia	
RESPUESTAS	A	R
FALTA DE CONOCIMIENTO	0	0%
LA INFORMACION FINANCIERA NO ES OPORTUNA	0	0%
POR RZONES ECONOMICA	0	0%
FALTA DE PERSONAL CAPACITADO	1	100%
Total general	1	100%

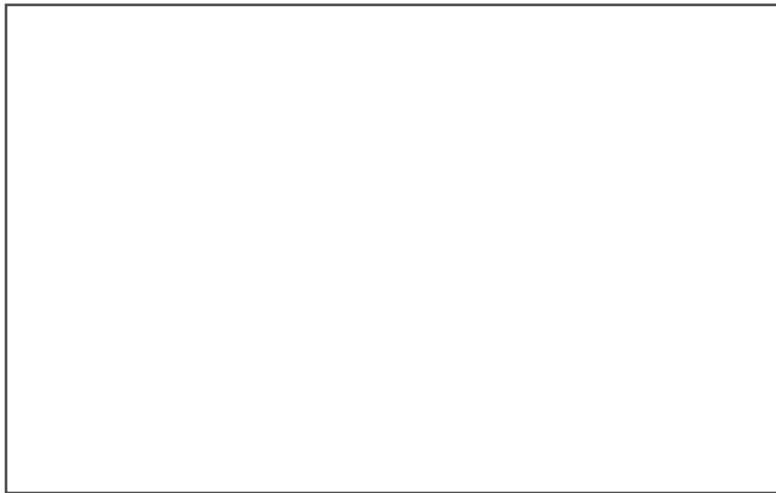


#### ANÁLISIS:

Los encuestados mencionan que no optan por alternativas de análisis financiero, por no contar con personal calificado para ello.

5. De las siguientes alternativas ¿cuál considera usted que el análisis financiero le ayudaría a decidir?

	Frecuencia	
RESPUESTAS	A	R
AUMENTO DE CAPITAL	4	7%
INVERSIONES	20	35%
FINANCIAMIENTO	2	4%
DISMINUCION DE GASTOS	31	54%
Total general		100%

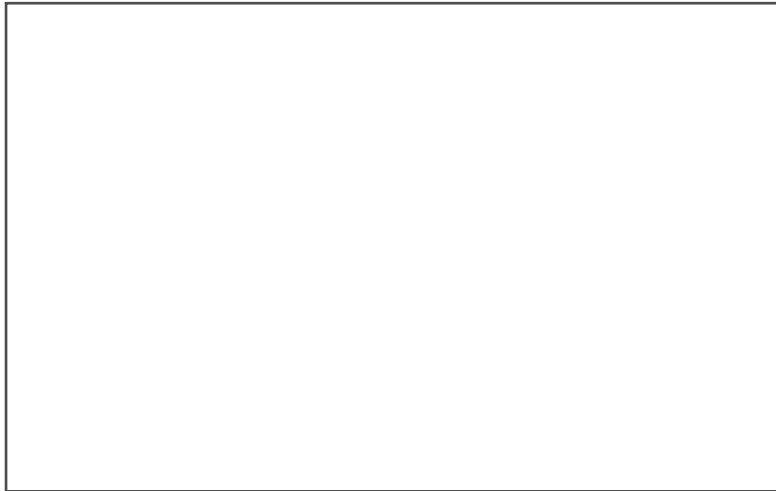


#### ANÁLISIS:

Considerando el análisis como una herramienta para la toma de decisiones, el 54% de la población indica que ayuda para disminuir los gastos, al 35% les ayuda a decidir en los casos de proyecto de inversión, avaluando su factibilidad financiera; el 7% lo consideran para la probabilidad de un aumento de capital para el negocio, mientras que el 4% lo utiliza para evaluar la flexibilidad para la obtención de financiamiento.

6. ¿Cuáles de los siguientes riesgos podrían surgir al no realizar un análisis financiero?

	Frecuencia		
RESPUESTAS		A	R
INCERTIDUMBRE EN LOS RESULTADOS	21	21	33%
NO OTORGAMIENTO DE CREDITO	11	11	17%
PERDIDA DE CAPITAL	21	21	33%
PERDIDA DE LA INVERSION	5	5	8%
NEGOCIO EN MARCHA	5	5	8%
Total general			100%

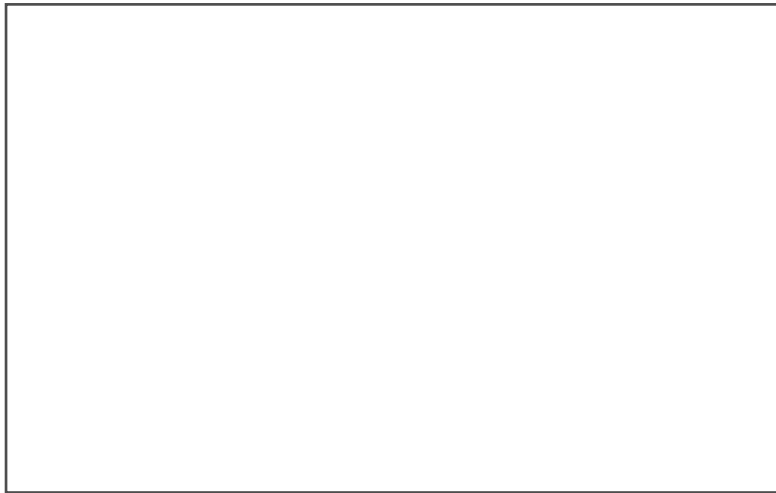


**ANÁLISIS:**

Para medir la identificación por parte de las personas encuestadas sobre el riesgo que surge el tomar decisiones sin las bases técnicas adecuadas, se determinó que el 33% considera que existen el riesgo de incertidumbre en los resultados; otro 33% opina que existe un riesgo latente en la pérdida de capital, igualando con el 8% la pérdida de la inversión y el supuesto de negocio en marcha.

## 7. Además de la casa matriz ¿cuántas sucursales posee?

	Frecuencia	
RESPUESTAS	A	R
NINGUNA	11	23%
1	11	23%
2	5	10%
3	0	0%
MAS DE TRES	21	44%
Total general	48	100%

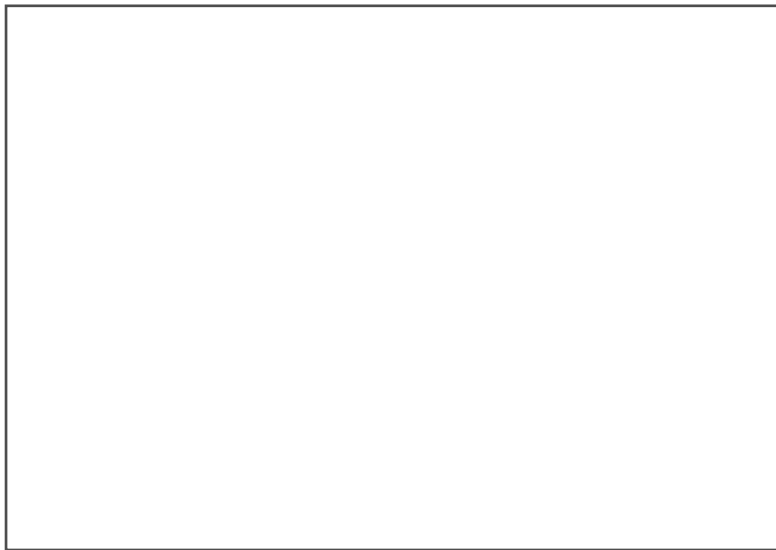


## ANÁLISIS:

44% de la población posee más de tres sucursales, 23% tiene a su cargo solamente una sucursal, otro 23% solo cuenta con la casa matriz, finalizando con el 10% que tiene a su cargo dos sucursales.

8. Si posee sucursal(es), de las siguientes opciones ¿cuáles utiliza para monitorear su funcionamiento?

	Frecuencia	
RESPUESTAS	A	R
PROYECCIONES DE INGRESOS Y EGRESOS	16	28%
VISITAS IN SITU	11	19%
REPORTES DE SUCURSAL	26	45%
NO MONITOREA	5	9%
Total general	58	100%



#### ANÁLISIS:

Para las empresas encuestadas que poseen sucursal(es), la manera de monitorearlas es en un 45% los reportes de cada sucursal, otras ejercen el control por medio de proyecciones de ingresos y egresos en un 27%, mientras que un 19% considera las visitas en sus puntos de venta y el 9% no monitorea.

9. En caso de no poseer sucursal o si desea la apertura de una nueva ¿qué impide el surgimiento de esta?

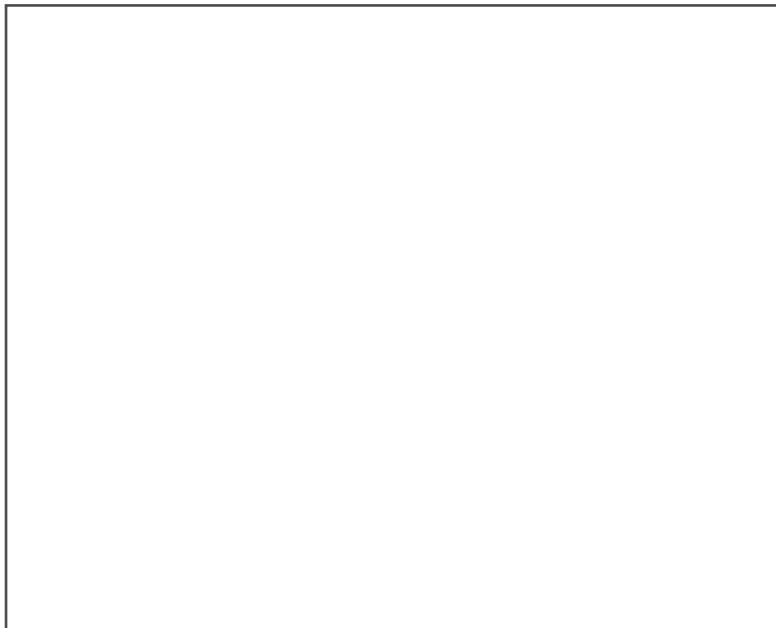
	Frecuencia	
RESPUESTAS	A	R
FALTA DE RECURSOS ECONOMICOS	21	49%
FALTA DE FINANCIAMIENTO	11	26%
INESTABILIDAD EN LOS INGRESOS	0	0%
FALTA DE INTERES	11	26%
Total general		100%

#### ANÁLISIS:

El 49% de los encuestados mencionaron no poder invertir en una nueva sucursal por falta de recursos económicos, el 21% por falta de financiamiento y el 21% no tiene interés de aperturar una nueva sucursal.

10. En el caso de invertir en una sucursal ¿cuál sería su fuente de financiamiento principal?

	Frecuencia	
RESPUESTAS	A	R
FONDOS PROPIOS	11	23%
PRESTAMOS BANCARIOS O A TERCEROS	21	44%
UNA COMBINACION DE AMBOS	5	10%
NO TIENE PENSADO INVERTIR	11	23%
Total general	48	100%



#### ANÁLISIS:

En cuanto al origen de los fondos si las empresas decidieran invertir en una nueva sucursal, el 44% lo haría con préstamos a bancarios o a terceros , el 23% le gustaría hacer uso de fondos propios, el 23% por el momento no muestra interés por un nuevo proyecto que le permita expandirse, mientras que solamente el 10% haría una combinación de préstamos y capital propio.



11. ¿Cuál es el criterio de la selección de una fuente de financiamiento que usted podría considerar para la apertura de una sucursal?

	Frecuencia	
RESPUESTAS	A	R
CONDICIONES DE CREDITO	17	21%
TASA DE INTERES	26	33%
PLAZO	11	14%
CONOCIMIENTO EMPIRICO	0	0%
CRITERIO PERSONAL	0	0%
INFLUENCIA DE LA COMPETENCIA	5	6%
EXPERIENCIA DE CAMPO	21	26%
Total general		100%



#### ANÁLISIS:

Los gerentes encuestados consideran que para evaluar una fuente de financiamiento la evaluación de la tasa de interés es el factor más importante con un 33%, mientras que un 26% utilizarían su conocimiento en el campo, el 21% estudiaría las condiciones de crédito otorgadas, el 14% considera el plazo del financiamiento y solo el 6% estudiaría la influencia de la competencia.

12. ¿Cree usted que una investigación relacionada al análisis financiero enfocado a la apertura de sucursal(es), contribuiría a una mejor toma de decisiones?

	Frecuencia	
RESPUESTAS	A	R
TOTALMENTE DE ACUERDO	32	67%
DE ACUERDO	11	23%
EN DESACUERDO	5	10%
Total general	48	100%



#### ANÁLISIS:

Tomando en cuenta la importancia de realizar un trabajo de investigación basado en un análisis financiera, cuyo fin sería contribuir a la toma de decisiones, el 67% de la población está totalmente de acuerdo que un estudio de esa naturaleza ayudaría a contribuir en la aprobación o no, de un proyecto de apertura de una nueva sucursal, el 23% está de acuerdo y el 10% se inclinó estar en desacuerdo.

13. ¿Cuáles de las siguientes técnicas de evaluación de proyectos utiliza para tomar decisiones de inversión?

	Frecuencia	
RESPUESTAS	A	R
NINGUNA	5	10%
VALOR PRESENTE	5	10%
TASA INTERNA DE RETORNO	6	13%
RELACION COSTO - BENEFICIO	32	67%
Total general	48	100%



#### ANÁLISIS:

Para la toma de decisiones en proyectos de inversión el 67% de la población opina que una excelente técnica a considerar es la relación costo-beneficio, el 13% utiliza la tasa interna de retorno, el 10% la técnica del valor presente y el 10% se inclinó por ninguna.

14. De los siguientes estudios ¿cuáles realiza para obtener información necesaria sobre el proyecto que desea ejecutar?

	Frecuencia	
RESPUESTAS	A	R
ESTUDIO DE MERCADO	43	81%
ESTUDIO FINANCIERO	5	10%
ESTUDIO TECNICO	0	0%
ESTUDIO ADMINISTRATIVO	0	0%
NINGUNO	5	9%
Total general		100%



#### ANÁLISIS:

La población opina en un 81% que el estudio de mercado es una buena base para examinar un determinado proyecto, el 10% utiliza el estudio financiero y el 9% no se base en ningún estudio para la ejecución de determinado proyecto.

**RAZONES FINANCIERAS (CASA MATRIZ)**

RAZONES				
LIQUIDEZ CORRIENTE	ACTIVO CORRIENTE	1,27	1,36	1,47
	PASIVO CORRIENTE			
PRUEBA ACIDA	ACTIVO CORRIENTE - INVENTARIOS	0,67	0,58	1,00
	PASIVO CORRIENTE			
LIQUIDEZ INMEDIATA	EFFECTIVO EN CAJA Y BANCOS	0,03	0,02	0,03
	PASIVO CORRIENTE			
CAPITAL DE TRABAJO	ACTIVO CORRIENTE (-) PASIVO CORRIENTE	\$98.403,67	\$95.783,98	\$121.430,32
SOLIDEZ	ACTIVO TOTAL	1,50	1,54	1,48
	PASIVO TOTAL			
ESTABILIDAD	ACTIVO NO CORRIENTE	1,37	1,38	1,24
	PASIVO NO CORRIENTE			

EFICIENCIA				
ROTACION DE INVENTARIO	COSTO DE LO VENDIDO PROMEDIO DE INVENTARIO	3,81 veces	3,55 veces	3,90 veces
ROTACION DE CUENTAS POR PAGAR	COMPRAS ANUALES A CREDITO PROMEDIO DE CUENTAS POR PAGAR	4,59 Veces	6,30 Veces	5,84 Veces
ROTACION DE CUENTAS POR COBRAR	VENTAS NETAS PROMEDIO DE CUENTAS POR COBRAR	16,95 Veces	15,60 Veces	13,10 Veces
ROTACION DE ACTIVOS FIJOS	VENTAS NETAS PROMEDIO DE ACTIVOS FIJOS	4,55 Veces	4,50 Veces	4,16 Veces
ROTACION DE ACTIVOS TOTALES	VENTAS NETAS PROMEDIO DE ACTIVOS TOTALES	1,99	1,99	1,87
PERIODO DE INVENTARIO	365 DIAS ROTACION DE INVENTARIO	96 Días	103 Días	94 Días

PERIODO PROMEDIO DE COBRO	365 DIAS ROTACION DE CUENTAS POR COBRAR	22 Días	23 Días	28 Días
PERIODO DE PAGO A PROVEEDORES	365 DIAS ROTACION DE CUENTAS POR PAGAR	79 Días	58 Días	63 Días
CICLO DE EFECTIVO	PERIODO DE INV+PERIODO DE CxC - PERIODO DE PAGO A PROVEEDORES	38 Días	68 Días	59 Días
ROTACION DE EFECTIVO	365 DIAS CICLO DE EFECTIVO	10 Días	5 Días	6 Días
UTILIDAD POR ACCION	UTILIDAD NETA N° DE ACCIONES EN CIRCULACION	0,71	0,36	0,39

ENDEUDAMIENTO				
INDICE DE ENDEUDAMIENTO	TOTAL DE PASIVOS TOTAL DE ACTIVOS	0,67	0,65	0,68
AUTONOMIA	TOTAL DE PASIVOS PATRIMONIO	1,99	1,70	2,09
CONCENTRACION DE PASIVO CORRIENTE	PASIVO CORRIENTE PASIVO + PATRIMONIO +	0,32	0,31	0,37
CONCENTRACION DE ACTIVO CORRIENTE	ACTIVO CORRIENTE TOTAL DE ACTIVOS	0,56	0,55	0,54

INDICADORES DE RENTABILIDAD				
RENDIMIENTO SOBRE EL PATRIMONIO	UTILIDAD NETA * 100 PATRIMONIO	3,53 %	2,52 %	2,69 %
RENDIMIENTO SOBRE LOS ACTIVOS TOTALES	UTILIDAD NETA *100 TOTAL DE ACTIVOS	1,18 %	0,96 %	0,87 %
RENTABILIDAD NETA EN VENTAS	UTILIDAD NETA *100 VENTAS NETAS	0,59 %	0,47 %	0,51 %
RENTABILIDAD BRUTA EN VENTAS	UTILIDAD BRUTA *100 VENTAS NETAS	36,92 %	38,01 %	38,79 %
MARGEN OPERACIONAL	UTILIDAD OPERACIONAL *100 VENTAS NETAS	0,84 %	0,66 %	0,74 %

## ANALISIS VERTICAL Y HORIZONTAL DEL BALANCE GENERAL

IM AUTO REPUESTOS S.A. DE C.V.							
Balance General de Situación Financiera							
(Expresado en US Dólares)							
CUENTA	ANALISIS VERTICAL			ANALISIS HORIZONTAL			
	%			VALOR		%	
	2008	2009	2010	2010/2009	2009/2008	2010/2009	2009/2008
ACTIVO CORRIENTE	0,56	0,57	0,54	31.947,73	-6.315,97	0,13	-0,02
EFFECTIVO EN CAJA Y BANCOS	0,01	0,01	0,01	2.581,58	-2.054,29	0,91	-0,42
CUENTAS POR COBRAR A CORTO PLAZO	0,12	0,13	0,15	17.729,12	5.008,85	0,30	0,09
INVENTARIOS	0,33	0,35	0,24	-32.781,20	5.004,84	-0,21	0,03
GASTOS PAGADOS POR ANTICIPADO	0,00	0,00	0,00	270,00	0,00	0,27	0,00
PEDIDOS EN TRANSITO	0,06	0,03	0,11	40.368,49	-12.948,79	2,88	-0,48
ANTICIPOS DE IMPUESTO SOBRE LA RENTA	0,03	0,03	0,03	-1.000,29	1.576,85	-0,07	0,12
ASUNTOS PENDIENTES	0,01	0,01	0,02	4.780,03	-2.903,43	1,59	-0,49
ACTIVO NO CORREINTE	0,44	0,43	0,46	45.951,20	-9.792,85	0,24	-0,05
PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	0,44	0,43	0,46	45.951,20	-9.792,85	0,24	-0,05
EDIFICACIONES	0,37	0,37	0,42	55.448,01	-6.279,08	0,34	-0,04
MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA	0,00	0,00	0,00	-103,41	-150,01	-0,60	-0,46
EQUIPO DE COMPUTO	0,00	0,00	0,01	4.771,5	-623,16	3,03	-0,28
EQUIPO DE TRANSPORTE	0,05	0,04	0,01	-12.663	-4.705,69	-0,65	-0,20
EQUIPO DE COMUNICACION	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
EQUIPOS VARIOS	0,00	0,00	0,00	-1.495,2	1.965,09	-0,53	2,27
TOTAL ACTIVO	100%	100%	100%	77.898,93	-16.108,82	0,18	-0,04
PASIVO					0,00		
PASIVO CORRIENTE	0,35	0,32	0,31	20.416,92	-17.714,71	0,15	-0,11
PRESTAMOS Y SOBREGIROS BANCARIOS	0,07	0,06	0,06	7.788,63	-7.288,46	0,32	-0,23
CUENTAS POR PAGAR A CORTO PLAZO	0,20	0,19	0,17	8.302,56	-7.620,31	0,10	-0,09
PROVISIONES Y RETENCIONES	0,08	0,07	0,07	4.106,41	-2.396,40	0,13	-0,07
IMPUESTO SOBRE LA RENTA POR	0,00	0,00	0,00	219,32	-409,5	0,16	-0,23

PAGAR					4		
					0,00		
PASIVO NO CORRIENTE	0,32	0,31	0,37	52.628	-8.585	0,39	-0,06
				,26	,79		
PRESTAMOS POR PAGAR A LARGO PLAZO				52.628	-8.585	0,39	-0,06
				,26	,79		
					0,00		
TOTAL PASIVO	0,67	0,63	0,68	73.045	-26.30	0,27	-0,09
				,18	0,50		
					0,00		
PATRIMONIO	0,33	0,37	0,32	4.853,	10.191	0,03	0,07
				76	,67		
CAPITAL CONTABLE					0		
CAPITAL SOCIAL	0,19	0,30	0,25	0,00	43.714	0,00	0,51
					,29		
CAPITAL SOCIAL MINIMO					0,00		
CAPITAL SOCIAL VARIABLE					0,00		
RESERVA LEGAL	0,01	0,01	0,01	457,86	410,97	0,07	0,07
UTILIDADES POR APLICAR					0,00		
EJERCICIOS ANTERIORES	0,12	0,05	0,05	3.992,	-32.77	0,19	-0,61
				32	6,84		
UTILIDAD DEL EJERCICIO PRESENTE	0,01	0,01	0,01	403,58	-1.156	0,10	-0,22
					,75		
					0,00		
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	100%	100%	100%	77.898	-16.10	0,18	-0,04
				,93	8,83		



## ANÁLISIS VERTICAL Y HORIZONTAL DEL ESTADO DE RESULTADOS

IM AUTO REPUESTOS S.A. DE C.V.							
Estado de Resultados							
(Expresado en US Dólares)							
CUENTA	ANÁLISIS VERTICAL			ANÁLISIS HORIZONTAL			
	%			VALOR		%	
	2008	2009	2010	2010/2009	2009/2008	2010/2009	2009/2008
INGRESOS Y PRODUCTOS				9		009	008
VENTAS				25.880,0	-17.107,0	3%	-2%
MENOS:				9	5		
REBAJAS Y DEVOLUCIONES SOBRE VENTAS				0,00	0,00		
VENTAS NETAS	100%	100%	100%	-16.300,00	-15.513,25	105%	
				32.620,30	(9.580,09)	4%	-1%
MENOS:				-	-		
COSTO DE VENTA	63%	62%	61%	30.078,97	886,11	6%	0%
UTILIDAD BRUTA	37%	38%	39%	2.541,33	(10.466,20)	1%	-3%
MENOS:							
GASTOS DE OPERACIÓN	36%	37%	38%	732,15	(9.671,42)	0%	-3%
GASTO DE VENTA	22%	23%	24%	1.718,69	(10.785,23)	1%	-5%
GASTO DE ADMINISTRACION	11%	11%	12%	760,18	(5.221,10)	1%	-5%
GASTOS FINANCIEROS	3%	3%	2%	(1.818,59)	6.589,30	-7%	28%
GASTOS NO DEDUCIBLES	0%	0%	0%	71,87	(254,39)	105%	-181%
UTILIDAD DE OPERACIÓN MAS	1%	1%	1%	-	-	0%	0%
OTROS INGRESOS	0%	0%	0%	(125,00)	125,00	-100%	
UTILIDAD ANTES DE RESERVAS	1%	1%	1%	1.684,18	(669,78)	29%	-9%
MENOS							
RESERVA LEGAL	0%	0%	0%	117,89	(46,88)	29%	-9%

UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	1%	1%	1%			29%	-9%
MENOS				1.566,29	(622,90)		
IMPUESTO SOBRE LA RENTA	0%	0%	0%			30%	-12%
				409,54	(219,32)		
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	2%	1%	1%			128%	78%
				5.234,66	4.077,91		

i

## CALCULO DE LA TASA DE INTERES

Para determinar la tasa de interés efectiva se hace por medio de la siguiente formula:

$$I_e = (1+i/m)^m - 1$$

$$I_e = (1+0.12/12)^{12} - 1$$

$$I_e = 12.68\% \text{ anual}$$

Equivalencia tasa efectiva anual

$$(1+0.1268)^1 = (1+i)^{12}$$

$$1.1268 = (1+i)^{12}$$

$$(1.1268)^{1/12} - 1 = i$$

0.9998% mensual; aproximando 1% mensual

## CALCULO DE CUOTA MENSUAL (PRESTAMO) SUCURSAL

Determinación de la cuota mensual

$$\begin{aligned} A &= \frac{P}{i} \left[ 1 - (1+i)^{-n} \right] \\ A &= \frac{\$22,469.66}{0.01} \left[ 1 - (1+0.01)^{-48} \right] \\ A &= \frac{\$22,469.66}{0.01} \left[ 0.37973959 \right] \\ A &= \frac{\$22,469.66}{0.01} \left[ 37.9739594 \right] \\ A &= \$591.71 \end{aligned}$$

## DEPRECIACION CASA MATRIZ

Depreciación Casa Matriz					
Descripción					
Consolidado Balance General de Situación Financiera Proyectado					
(Expresado en US Dólares)					
	2011	2012	2013	2014	2015
ACTIVO					
ACTIVO CORRIENTE	294,878.30	332,834.82	370,628.7	409,654.	457,713.9
EFFECTIVO EN CAJA Y BANCOS			5	77	1
CUENTAS POR COBRAR A CORTO PLAZO	60,998.55	90,895.61	121,635.7	153,123.	193,357.9
INVENTARIOS			5	72	4
GASTOS PAGADOS POR ANTICIPADO					
PEDIDOS EN TRANSITO	17,498.29	17,747.23	17,999.77	18,255.9	18,515.83
ANTICIPOS DE IMPUESTO SOBRE LA RENTA				7	
PRESTAMOS Y ANTICIPOS A EMPLEADOS	134,287.97	138,439.61	144,191.8	150,409.	156,895.2
ACTIVO NO CORRIENTE					
PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO			7	63	3
EDIFICACIONES	2,470.00	2,470.00	2,470.00	2,470.00	2,470.00
MENOS:DEPRECIACION	54,942.39	55,491.82	56,046.76	56,607.2	57,173.30
MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA				1	
MENOS:DEPRECIACION	15,748.46	18,634.59	18,899.76	19,168.7	19,441.65
EQUIPO DE COMPUTO				7	
MENOS:DEPRECIACION	8,932.64	9,155.96	9,384.85	9,619.48	9,859.96
EQUIPO DE TRANSPORTE					
MENOS:DEPRECIACION	225,010.98	208,618.27	192,225.5	175,832.	159,440.1
EQUIPO DE COMUNICACION			6	85	7
MENOS:DEPRECIACION	225,010.98	208,618.27	192,225.5	175,832.	159,440.1
EQUIPOS VARIOS	279,999.09	279,999.09	279,999.0	279,999.	279,999.0
MENOS:DEPRECIACION			9	09	9
EQUIPOS VARIOS	-72,350.96	-84,402.95	-96,454.9	-108,506	-120,558.
MENOS:DEPRECIACION			4	.93	92
EQUIPOS VARIOS	6,266.39	6,266.39	6,266.39	6,266.39	6,266.39
MENOS:DEPRECIACION	-4,487.75	-4,932.41	-5,377.07	-5,821.7	-6,266.39
EQUIPOS VARIOS				3	
MENOS:DEPRECIACION	21,425.73	21,425.73	21,425.73	21,425.7	21,425.73
MENOS:DEPRECIACION				3	
EQUIPOS VARIOS	-14,974.26	-16,587.13	-18,200.0	-19,812.	-21,425.7
MENOS:DEPRECIACION			0	87	3
EQUIPOS VARIOS	38,284.22	38,284.22	38,284.22	38,284.2	38,284.22
MENOS:DEPRECIACION				2	
EQUIPOS VARIOS	-29,151.48	-31,434.67	-33,717.8	-36,001.	-38,284.2
MENOS:DEPRECIACION			6	05	2
EQUIPOS VARIOS	275.00	275.00	275.00	275.00	275.00
MENOS:DEPRECIACION	-275.00	-275.00	-275.00	-275.00	-275.00
EQUIPOS VARIOS	8,572.67	8,572.67	8,572.67	8,572.67	8,572.67
MENOS:DEPRECIACION	-8,572.67	-8,572.67	-8,572.67	-8,572.6	-8,572.67
MENOS:DEPRECIACION				7	
TOTAL ACTIVO					
	519,889.28	541,453.09	562,854.3	585,487.	617,154.0

|

|

|

|1

|62

|8

|

PASIVO					
PASIVO CORRIENTE	113,271.60	116,511.92	118,479.43	120,555.44	122,810.98
PRESTAMOS Y SOBREGIROS BANCARIOS	31,932.53	31,453.54	30,981.73	30,517.01	30,059.26
CUENTAS POR PAGAR A CORTO PLAZO	38,923.38	40,511.28	41,940.75	43,425.48	44,967.68
PROVISIONES Y RETENCIONES	36,155.39	36,516.95	36,882.12	37,250.95	37,623.45
IMPUESTO SOBRE LA RENTA POR PAGAR	6,260.30	8,030.15	8,674.84	9,362.00	10,160.60
PASIVO NO CORRIENTE	204,305.10	196,120.47	186,917.91	176,570.55	172,440.56
PRESTAMOS POR PAGAR A LARGO PLAZO	204,305.10	196,120.47	186,917.91	176,570.55	172,440.56
CAPITAL CONTABLE	202,312.58	228,820.70	257,456.97	288,361.63	321,902.54
CAPITAL SOCIAL	145,211.38	145,211.38	145,211.38	145,211.38	145,211.38
CAPITAL SOCIAL MINIMO	-	-	-	-	-
CAPITAL SOCIAL VARIABLE	-	-	-	-	-
RESERVA LEGAL	8,775.93	11,193.61	13,805.38	16,624.05	19,683.16
UTILIDADES POR APLICAR	-	-	-	-	-
EJERCICIOS ANTERIORES	29,544.35	48,325.27	72,415.71	98,440.21	126,526.20
UTILIDAD DEL EJERCICIO PRESENTE	18,780.92	24,090.44	26,024.50	28,085.99	30,481.80
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	519,889.28	541,453.09	562,854.31	585,487.62	617,154.08

IM AUTO REPUESTOS S.A. DE C.V.

Consolidado de Estado de Resultados Proyectado

(Expresado en US Dólares)

	2011	2012	2013	2014	2015
INGRESOS Y PRODUCTOS					
VENTAS	1049,897.	1064,833.	1079,986.2	1095,357.	1110,951.
	34	84	6	77	58
MENOS:					
REBAJAS Y DEVOLUCIONES SOBRE VENTAS					
VENTAS NETAS	1049,897.	1064,833.	1079,986.2	1095,357.	1110,951.
	34	84	6	77	58
MENOS:					
INVENTARIO INICIAL	141,464.5	134,287.9	138,439.61	144,191.8	150,409.6
	1	7		7	3
(+) COMPRAS	622,774.0	648,180.5	671,051.99	694,807.7	719,482.9
	7	2		7	2
(-) INVENTARIO FINAL	134,287.9	138,439.6	144,191.87	150,409.6	156,895.2
	7	1		3	3
COSTO DE VENTA	629,950.6	644,028.8	665,299.73	688,590.0	712,997.3
	1	8		1	2
UTILIDAD BRUTA	419,946.7	420,804.9	414,686.53	406,767.7	397,954.2
	3	6		6	6
MENOS:					
GASTOS DE OPERACIÓN	393,020.6	386,266.7	377,375.43	366,501.1	354,252.7
	8	0		1	6
GASTO DE VENTA	246,519.3	241,884.2	235,212.45	226,672.2	216,484.7
	6	8		3	4
GASTO DE ADMINISTRACION	121,361.6	120,148.0	118,946.59	117,757.1	116,579.5
	8	6		2	5
GASTOS FINANCIEROS	25,139.64	24,234.36	23,216.40	22,071.76	21,188.47
UTILIDAD DE OPERACIÓN	26,926.05	34,538.26	37,311.10	40,266.65	43,701.50
MAS					
OTROS INGRESOS					-
UTILIDAD ANTES DE RESERVA	26,926.05	34,538.26	37,311.10	40,266.65	43,701.50
MENOS					
RESERVA LEGAL	1,884.82	2,417.68	2,611.77	2,818.67	3,059.11
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	25,041.23	32,120.58	34,699.33	37,447.99	40,642.39
MENOS					
IMPUESTO SOBRE LA RENTA	6,260.31	8,030.15	8,674.83	9,362.00	10,160.60
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	18,780.92	24,090.44	26,024.50	28,085.99	30,481.79



i

-----  
**0**

5

3

2

1

4

37,449.43

22,441.58

15,358.15

16,899.19

18,314.17

19,402.21

AÑOS

(Inversión Inicial)

EGRESOS

INGRESOS

--

--