

878502
7
zej

UNIVERSIDAD NUEVO MUNDO

ESCUELA DE ADMINISTRACION
CON ESTUDIOS INCORPORADOS A LA
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO



**MANUAL DE PROYECCION FINANCIERA
EL PEQUEÑO MUNDO DE LA MODA S.A. DE C.V.**

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACION

PRESENTA:
ALBERTO RAZON RAFAEL

DIRECTOR DE TESIS
LIC. HECTOR CAMPOS LOMELI

MEXICO D.F. 1995

FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todas las personas que de alguna u otra manera me apoyaron en la elaboración de mi tesis.

¡Gracias por ayudarme a cumplir esta meta!

PROYECCION FINANCIERA DEL PEQUEÑO MUNDO DE LA MODA
1995-1996

INDICE DE TESIS

INTRODUCCION	
CAPITULO 1. OBJETIVOS	1
CAPITULO 2. PREMISAS DE PLANEACION	4
2.1. ENTORNO ECONOMICO	4
2.1.1. ECONOMICO Y POLITICO	4
2.1.2. LEGAL	13
2.1.3. ESTACIONALIDAD DE VENTAS EN COMERCIO DE ROPA	19
2.2. PRONOSTICO DE VENTAS	20
2.2.1. DETERMINACION DE UNIDADES A VENDER POR	21
DEPTO. DE BEBES	21
DEPTO. DE NIÑOS	28
DEPTO. DE NIÑAS	34
CAPITULO 3. PRESUPUESTO DE INVERSIONES Y GASTOS	40
3.1. DETERMINACION DE INVERSIONES:	40
3.1.1. INSTALACIONES DEL LOCAL	40
3.1.1.1. ELECTRICAS	40
3.1.1.2. SANITARIAS	40
3.1.1.3. AIRE ACONDICIONADO	40
3.1.1.4. ANUNCIO PUBLICITARIO	41
3.1.1.5. CORTINA METALICAS Y DISPOSITIVOS DE SEGURIDAD	41
3.1.1.6. ALFOMBRAS Y PISOS	41
3.1.1.7. PINTURA Y RESANE	42
3.1.2. MOBILIARIO Y EQUIPO	43
3.1.2.1. MOSTRADORES	43
3.1.2.2. APARADORES	43
3.1.2.3. CAJA REGISTRADORA	43
3.1.2.4. ASIENTOS PARA PUBLICO	44
3.1.2.5. PROBADORES	44
3.1.3. MATERIAL DE EXHIBICION Y ALMACENAJE	45
3.1.3.1. MANIQUES	45
3.1.3.2. COLGADORES Y EXHIBIDORES DE CASCADA	45
3.1.3.3. GONDOLAS	45
3.1.3.4. ESTANTES	45
3.1.4. INVENTARIO DE MERCANCIAS	47
3.1.4.1. SELECCION DE PROVEEDORES EN BASE: CONDICIONES DE COMPRA, CALIDAD, MARCA	47
3.1.4.2. MONTO A INVERTIR	47
3.2. DETERMINACION DE GASTOS GENERALES.	47
3.2.1. PLANTILLA DE PERSONAL	49
3.2.1.1. DESCRIPCION DE PUESTOS	50
3.2.1.2. DETERMINACION DE SUELDOS Y PRESTACIONES	59

3.2.2. RENTA DE LOCAL	80
3.2.3. OTROS GASTOS Y RESUMEN	62
3.2.4. DEPRECIACIONES:	63
3.2.4.1. POLITICA FISCAL	63
3.2.4.2. IMPORTE POR TIPO DE ACTIVO FIJO	64
CAPITULO 4. PRESUPUESTO DE VENTAS, Y DETERMINACION DE UTILIDAD BRUTA	65
4.1. POLITICA DE VENTAS:	85
4.1.1. VENTAS DE CONTADO	65
4.1.2. VENTAS CON TARJETAS DE CREDITO	66
4.1.3. POLITICA DE DESCUENTOS	66
4.2. POLITICAS DE TESORERIA	67
4.2.1. DEPOSITOS BANCARIOS	67
4.2.2. PAGOS EN EFECTIVO	67
4.2.3. PAGOS CON CHEQUE	67
4.2.4. INVERSIONES	68
4.3. PRESUPUESTO DE INGRESOS Y DE UTILIDADES BRUTAS	68
CAPITULO 5. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS 1995-1998	72
5.1. PREMISAS FINANCIERAS DE PROYECCION	72
5.1.1. PORCENTAJES FISCALES	72
IVA	
ISR	
IMPAC	
PTU	
5.1.2. POLITICAS DE INVENTARIOS	73
5.1.3. POLITICAS DE PROVEDURIA	74
5.1.4. POLITICAS DE CARTERA	74
5.2. ESTADOS DE RESULTADOS MENSUALES	75
5.3. BALANCES MENSUALES PROYECTADOS	76
5.4. ESTADOS DE FLUJOS DE EFECTIVO	76
5.4.1. FLUJO OPERATIVO	76
5.4.2. FLUJO FISCAL	77
5.4.3. FLUJO FINANCIERO	77
5.4.4. FLUJO NO OPERATIVO	78
5.4.5. FLUJO TOTAL E IMPACTO EN TESORERIA DEL NEGOCIO	79
5.5. ANALISIS FINANCIEROS	80
CAPITULO 6. PLANEACION DE LA INVESTIGACION	92
6.1. JUSTIFICACION DEL TEMA	92
6.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	92
6.3. OBJETIVOS	93
6.3.1. OBJETIVO GENERAL	94
6.3.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS	94
6.4. HIPOTESIS	95
6.5. VARIABLES	95
6.5.1. DEPENDIENTES	95
6.5.2. INDEPENDIENTES	96
6.6. METODOLOGIA	97
6.6.1. DE CAMPO	97

6.6.2.DOCUMENTAL	97
CONCLUSIONES	99
GLOSARIO DE TERMINOS	101
BIBLIOGRAFIA	102

INTRODUCCION

¡Elaborar mi tesis! Tarea que al inicio de mis estudios profesionales y durante el transcurso de los mismos, se me presentaba como un obstáculo o como un problema que sabía que tarde que temprano debía afrontar, pero me quedaba el consuelo momentáneo que todavía no era llegada la hora.... sin embargo, llegó el momento casi sin darme cuenta , de que la carrera universitaria tocaba a su fin y que la meta de todo ese esfuerzo, mi Titulación, se encontraba dentro de un castillo rodeado de un foso que había que traspasar : ¡ la Tesis!

Menudo problema el pensar en la tesis, pues no tenía idea cómo empezarla, qué tema desarrollar, qué capítulos tocar, qué bibliografía consultar, pensamientos que se me revolvían en mi mente como un torbellino, hasta que consulté con mi padre, Director Presidente de una cadena de tiendas, de ropa y calzado para caballero, quien al verme conturbado por esta mi problemática personal, me aconsejó que hiciera un trabajo que a la vez que sirviera para mi titulación me convenciera tanto a mí como a él de crear un negocio, así que ya tenía una idea de por dónde empezar.

El giro del negocio era algo que debía yo elegir. Al pensar en un negocio similar al de la cadena de tiendas para la que trabajo me di cuenta que es un negocio muy competido, pero noble en cuanto a que todo mundo tiene necesidad de vestir y calzar, sólo que observé que en realidad hay pocas tiendas especializadas en ropa de niños, y sí algo abunda en el país es niños y que a pesar de las crisis económicas los padres de familia, siempre procuran aun a costa de sacrificios el dar de comer y vestir a sus hijos, por lo que pensé en un negocio que a buenos precios (para incentivar la compra) haga llegar ropa de moda pensada en ese sector de la población que por su rápido crecimiento constantemente demanda ropa y calzado.

Es así que nació la idea de elaborar un trabajo de tesis que permitiera conocer en un horizonte de proyección de 2 años, la factibilidad financiera de un negocio que para efectos de este estudio, denominé "El Pequeño Mundo de la Moda"

CAPITULO I.- OBJETIVO

La Finalidad de la presente investigación es demostrar:

La viabilidad financiera del negocio, denominado "EL PEQUEÑO MUNDO DE LA MODA " cuyo propósito es la satisfacción de necesidades sociales a través de la comercialización de satisfactores económicos primarios como son la ropa y el calzado, no olvidando que el motivo de todo negocio es la consecución máxima de utilidades con el mínimo de costo y de esfuerzos, que permitan su existencia, su permanencia y su crecimiento .

Logrando el objetivo anterior todo negocio puede cubrir otro tipo de objetivos, como los que sugiere Peter F. Drucker:

lograr :

"una posición en el mercado,

la innovación,

la productividad,

los recursos financieros y físicos,

la capacitación y desarrollo del recurso humano y el desempeño y fomento de

actitudes positivas de los trabajadores,

el cuidado del ambiente en el que labora la empresa,

laproducción de bienes y servicios realmente útiles a la sociedad,

la contribución al bienestar general a través del pago de impuestos, derechos y contribuciones que establezcan las leyes, para financiar las obras públicas que toda la sociedad requiere"

Con la finalidad de establecer el rumbo a seguir en el desarrollo de un negocio se hace necesario establecer tanto

objetivos cuantitativos como objetivos cualitativos.

El presente trabajo pretende establecer los objetivos cuantitativos del negocio que se deben lograr a través de las técnicas de proyectar todos los aspectos monetarios y financieros que surgen en la actividad diaria de una empresa mercantil al comprar y vender mercancías, pagar gastos operativos e impuestos.

Nos interesa conocer los flujos monetarios necesarios que constituyen el capital de trabajo, su correcto manejo para la generación de ganancias; por lo que debemos saber cuánto se puede vender, cuánto hay que gastar en la compra de mercancías, cuánto en la renta de un local, cuánto en las instalaciones, cuánto en su publicidad, cuánto en el personal que habrá de contratarse, cuanto serán los impuestos, y cuánto podrá dejar de utilidades, todo ello con la finalidad de decidir la constitución y la permamencia de una tienda comercializadora.

Por desgracia, no es posible cuantificar en forma exacta muchas metas.

Existen areas organizacionales cuya actividad y resultados no son del todo medibles, como por ejemplo un departamento de capacitación cuyos beneficios o

contribuciones a las utilidades de un ejercicio fiscal no son plenamente mesurables, pero como premisa general podemos afirmar que una empresa con gente capaz tiene más posibilidades de lograr buenas metas que si contara con personal ignorante, por lo que inyectar recursos a la capacitación para que la gente tenga la cualidad de "capaz" es el objetivo cualitativo de un depto. de capacitación.

Se puede hacer altamente verificable cualquier meta cualitativa especificando las características del programa, las finalidades que se buscan y las fechas de terminación, así, volviendo al caso de un departamento de capacitación un objetivo cualitativo enunciado en una forma cuantitativa quedaría redactado de la siguiente forma:

-Capacitar en tres semanas al personal de ventas en las características, en los precios y las garantías de todos y cada uno de los productos que la tienda comercializa.-

CAPITULO 2. PREMISAS DE PLANEACION

2.1. ENTORNO ECONOMICO

2.1.1. ECONOMICO Y POLITICO

Toda empresa se desenvuelve en un medio económico, político y geográfico que influye su marcha.

En México, dichas influencias se ven afectadas por la firma del **Tratado de Libre Comercio de América del Norte, entre Canadá, Estados Unidos de Norteamérica y México**, que en términos generales *busca un auge en los flujos comerciales de bienes y servicios*, gracias a la eliminación gradual, en un lapso de varios años, de aranceles que frenaron el libre comercio de mercancías con un precio en el extranjero mucho menor que las similares producidas en el ámbito nacional y que también frenaron la exportación de productos mucho más baratos de producir en el país que en el extranjero, pero que las barreras arancelarias impedían exportar.

El objetivo de este tratado es buscar un mayor nivel de vida para los integrantes de esta comunidad comercial.

En términos generales pienso que a un mediano plazo los beneficios del TLC deben llegar al consumidor final de toda esta corriente de bienes y servicios a través de una eficiente cadena de comercialización, dentro de la cual ubico el

negocio que proyecta en este trabajo de tesis, quien debe obtener un máximo de beneficio al hacerle llegar a dicho consumidor final la mejor mercancía producida en cualquiera de estos 3 países, tanto como por su buena calidad como por su costo.

El ambiente político se prevé medianamente estable aún después de la aprobación del TLC pues aunque los gobernantes lograron dar una sensación general de estabilidad en los renglones cambiarios, comerciales y productivos del país gracias al control logrado en el gasto gubernamental, al control de la inflación y a una política de reducción graduada en las tasas impositivas que durante bastante tiempo fueron altas y que definitivamente no reflejaban un interés en atraer más inversionistas al país y por tanto estar en posibilidades de una mayor producción, se vislumbra un panorama en lo político y lo social bastante difícil, pues los logros en la Economía General no se han perfilado a las capas de medianos y bajos ingresos dado que la pérdida de la capacidad real de compra de los salarios ha sido muy golpeada por los ajustes macroeconómicos que el Gobierno ha llevado a cabo desde la devaluación de 1982, que en buena parte se ha logrado con el sacrificio en el aumento real de sueldos. Digo aumento real, pues aun cuando ha habido aumentos autorizados en las revisiones del pacto estos aumentos han sido menores al aumento inflacionario de los precios de bienes y consumos con una disminución del nivel de vida de la población. Por otra parte el control en el crédito como un medio de control del circulante monetario ha impedido un adecuado financiamiento de las empresas medianas y pequeñas, (que son la mayoría del país) lo que no les ha permitido modernizarse para estar a nivel competitivo con las empresas norteamericanas, con la consecuente desaparición gradual de estas empresas, dejando como saldo un conjunto de gente desempleada, que sumada a la que las

empresas que subsisten han despedido para disminuir sus gastos operativos, han dado como resultado el más alto índice de desempleo en México. Mucho se tendrá que hacer en este renglón para crear empleos y creo que teorizar sobre este punto no resuelve gran cosa, por lo que proyectar un negocio y llevarlo a cabo es lo mejor que podemos hacer para dar oportunidad de trabajo a más gente como se pretende con el presente estudio.

A pesar de la problemática social, ha habido una alta insistencia gubernamental de lograr mayor productividad en todas las actividades económicas, con el fin de ganarle la carrera al proceso inflacionario, pues el nivel general de precios logra su estabilidad cuando se tiende a lograr un equilibrio entre la cantidad de dinero circulante y la cantidad de bienes y servicios disponibles en el mercado.

En México se ha venido logrando este objetivo desde fines del sexenio del Lic. Miguel de la Madrid Hurtado (1988) en el que se sentaron las bases del Pacto de Estabilidad y Crecimiento Económico (PECE), diseñado para abatir la inflación que se señoreó de México desde 1982 .

En este plan, se pensó controlar la inflación a través de controles:

- de precios
- del tipo de cambio
- de aumentos de salarios
- de precios de energéticos, etc.

que resultaron efectivos en la reducción de las altas tasas de inflación, hasta finales del sexenio del Lic. Carlos Salinas de Gortari.

Esta política se vió continuada y fortalecida en el sexenio del Lic. Salinas de Gortari (1988-1994) mediante la renovación periódica del pacto citado y la aceptación de esta política por parte del Lic. Zedillo en su periodo presidencial (1994-2000).

El reflejo de dicha política se puede observar en el índice nacional de precios al consumidor, que nos permite corroborar el hecho de que el país logró controlar el alto nivel inflacionario que mantuvieron los precios de 1976 a 1989 con las consecuentes problemas que acarrearón a la población económicamente activa, tales como :

- * **El rápido crecimiento de los precios** de mercancías.
- * **Consecuentes aumentos generalizados de salarios** que nunca llegaron a tener el poder adquisitivo que tenían al inicio del proceso inflacionario del periodo mencionado.
- * **Alto costo del dinero por las altas tasas de interés** que tuvieron que cobrar los bancos.
- * **Escasas inversiones** en la planta productiva por el desaliento a la inversión
- * **Alto costo financiero en el pago de la deuda** pública y privada,
- * **Bajo precio del petróleo exportado**
- * **Devaluaciones constantes de nuestra moneda con respecto al dólar**, como un recurso pensado para
 - frenar la salida de divisas por:
 - gasto en viajes al extranjero del turismo nacional,
 - importaciones de artículos suntuarios no necesarios para la planta productiva.

- incrementar la llegada de divisas por:
 - gastos efectuados en el país por turistas extranjeros,
 - exportación de productos nacionales.

aunado a la política de control de cambios, que buscaba evitar el uso de las escasas divisas en gastos no necesarios para el país, de ahí que para importar insumos debía demostrarse su uso en el proceso productivo y firmar compromisos de uso o devolución de divisas (CUDDS) y para exportar, las divisas cobradas debían cambiarse en los bancos por pesos al tipo de cambio vigente.

Otro fenómeno que se dió durante este período de desorden económico fue que **los precios de venta de mercancías no siempre cubrían los costos de reposición**, originando descapitalización general y gradual de los negocios, llegando incluso muchos de ellos al cierre por incosteabilidad. Los negociantes que permanecieron, debían estar permanentemente informados de los costos de reposición y reflejar inmediatamente dichos incrementos en los precios de venta, lo cual llegó a suceder varias veces al año. Todo este proceso ocasionó desaliento a las inversiones y un clima de desconfianza económica .

Otro aspecto que afectó el desarrollo de los negocios fue la falta de comprensión inicial de que el proceso inflacionario desvirtúa el valor de los bienes integrantes del rubro "activo fijo" de las empresas, pues como por ejemplo, si una empresa contaba con un activo fijo de \$1,000,000.00 adquirido 5 años atrás, con

una vida económica probable de 10 años y si la tasa de inflación rondaba por el 50% promedio anual, resultaba que para mantener el valor de compra de ese millón de pesos después de 5 años, había que pensar en \$7,593,750.00 pero como los principios de contabilidad eran muy rígidos, se debía expresar en el balance de la negociación el costo original de compra, es decir un millón de pesos, a pesar de que el bien a valor de mercado tuviera un precio de \$7,593,750.00

Año	Valor Inicial Activo Fijo	Tasa Anual Inflación	Valor final Activo Fijo
1	1,000,000.00	50.00%	1,500,000.00
2	1,500,000.00	50.00%	2,250,000.00
3	2,250,000.00	50.00%	3,375,000.00
4	3,375,000.00	50.00%	5,062,500.00
5	5,062,500.00	50.00%	7,593,750.00

Lo anterior motivó que el Colegio de Contadores Públicos emitiera el famoso Boletín B-10 para reconocer la revaluación de los bienes integrantes del activo fijo en un ambiente inflacionario, de tal forma que los balances pudieran expresar el efecto de este fenómeno inflacionario, al aceptar la inclusión del rubro "Revaluación de Activo Fijo" para quedar en forma genérica de la manera siguiente:

Valor inicial Activo Fijo:	1,000,000.00
Revaluación Activo Fijo:	6,593,750.00
Valor Final del Activo Fijo:	7,593,750.00

Es hasta el sexenio del presidente Carlos Salinas de Gortari cuando cambió algo el panorama antes descrito a través del combate a la inflación mediante la implantación de políticas de:

- * Reducción del gasto público

- * Venta de empresas gubernamentales

- * Renegociación de la deuda a mayor plazo y en mejores condiciones

- * Aprovechamiento de aumento en el ingreso de divisas al país derivado del incremento en los precios del petróleo por la guerra del Golfo Pérsico y la Operación Tormenta del Desierto, escenificada entre Irak y la coalición de países aliados, en 1991.

- * Control de la emisión de moneda

- * Reducción gradual de aranceles, debido a una política de apertura comercial en el ámbito internacional

- * Aumento del precio de los bienes y servicios que el gobierno proporciona, en función del incremento de la inflación

y sobre todo a la decisión de integrar el mayor mercado de consumo en el mundo a través del Tratado de Libre Comercio, hacen que el panorama

económico se presente de gran reto para las inversiones en general, a pesar de los problemas sociales que la implantación de dichas políticas han traído consigo:

- * despido en las empresas que fueron vendidas por el gobierno y en las empresas proveedoras de empresas gubernamentales, que se vieron afectadas por los programas de reducción de gastos estatales,
- * falta de liquidez por la reducción del medio circulante como medida de control de la inflación.
- * contracción de la demanda interna generada por la falta de liquidez en las empresas ocasionado por la falta de créditos a consecuencia de la política gubernamental de control de la inflación mediante una alta tasa de interés para frenar el consumo.
- * problemas sociales derivados de la falta de atención a los sectores marginados de la población ya que la lógica económica de las inversiones es invertir dinero en proyectos que aseguren el retorno de la inversión, lo que desgraciadamente no se garantiza en zonas deprimidas o alejadas de los grandes medios de comunicación como en el caso de las zonas rurales de Chiapas y Oaxaca.

Sin embargo, la sombría historia que se presentó en el periodo 1982-1989,

parece repetirse al inicio del periodo presidencial del Dr. Ernesto Zedillo por los estallidos de violencia social y política que desembocaron en la insurrección chiapaneca y en la muerte de figuras políticas como el Lic. Luis D. Colosio y el Lic. Ruiz Massieu que han desestabilizado el panorama económico del país en el que nuevamente se está presentando un resurgimiento de la inflación, escasez de dinero para apoyo al capital de trabajo de las empresas, altas tasas de interés, devaluación de nuestra moneda respecto al dólar, malestar social por parte de una gran masa de desempleados y subempleados, etc.

Dentro de todo este contexto es en el que ubico el negocio que se proyecta, el cual para sortear el sombrío panorama que se presenta a inicios de 1995, debe orientar su esfuerzo de obtención de utilidades en base a la elección de productos necesariamente útiles para la sociedad como es la ropa para niños, con una política de fijación de precios de venta bajos, es decir, asequibles para las capas sociales de medianos a bajos ingresos, que si bien son la mayoría, son los más afectados por los problemas socioeconómicos antes descritos, buscando así tener altos niveles de venta con bajas utilidades .

Geográficamente hablando, se sitúa el negocio en la ciudad de México, escenario de donde parten la mayor parte de las decisiones económico-político-laborales que afectan la vida del país. El domicilio se encontrará en el Eje Central Lázaro Cárdenas, tramo San Juan de Letrán, entre la avenida Madero al Norte y la Calle de Meave al Sur. Esta avenida, es una de las más importantes de la ciudad, pues por ella transita una gran cantidad de gente que concurre a su trabajo o a

lugares de interés histórico, recreativo o cultural, dada la proximidad del Centro Histórico, declarado recientemente Patrimonio del Humanidad. Su extraordinaria red de comunicaciones: el Metro con sus estaciones Bellas Artes al Norte del domicilio donde ubico el negocio, la nueva estación Victoria a unos pasos del local, la estación Salto del Agua al Sur, el sistema de Transporte Eléctrico, la ruta 100, taxis y estacionamientos para autos particulares, reflejan la importancia del lugar, que ha permitido la permanencia y crecimiento de multitud de negocios de los más variados giros:

tiendas de ropa, zapaterías, cines,
panaderías, bancos, restaurantes, museos,
joyerías, oficinas de gobierno, etc.

Todo este escenario garantiza un aforo peatonal extraordinario que me ha permitido elaborar el pronóstico de ventas que describo en el punto 2.2. de este estudio.

2.1.2. LEGAL

En México, el desarrollo de las actividades de las empresa se rige por una serie de leyes tendientes a garantizar la contribución de éstas al bienestar social. Es así que deben respetarse los lineamientos que establecen la:

Ley General de Sociedades Mercantiles, en la que se establecen los tipos de sociedades que pueden formarse en el país para el desarrollo de actividades

mercantiles, la forma de constituir las y operarlas, los actos que pueden realizar y los que les están limitados, etc.

Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito en la que se establecen, tipifican y norman las operaciones y los documentos que certifican la constitución de un crédito a favor de alguien, los plazos de pago, los beneficiarios del crédito, los obligados en el pago del mismo, las garantías y los avales requeridos por quien otorga el crédito, los obligados en el pago del mismo, las garantías y los vales requeridos por quien otorga el crédito, las tasas de interés que habrán de cobrarse, tanto para los plazos normales como por los moratorios, las acciones y obligaciones en general que se contraen en toda operación de crédito, así como los recursos que pueden ejercerse para obligar al pago de crédito moroso, etc.

Código Fiscal de la Federación, ordenamiento en el que se consigna la obligación de contribuir con los gastos públicos a través de:

impuestos,
aportaciones de seguridad social,
contribuciones de mejoras y
derechos por distintos servicios que proporciona el Estado.

En este ordenamiento se dan las bases sobre las cuales deben fundamentarse todas las leyes y disposiciones que establezcan el pago de contribuciones así como las facultades que tiene las autoridades fiscales para fijar tipos de contribuyentes, forma, monto y época de pago, procedimientos para

calcular, informar y pagar las contribuciones; para dirimir controversias, sanciones por incumplimiento de la obligación de pago, etc.

Ley del Impuesto sobre la Renta. Establece la obligación de pagar las tasas por ella previstas respecto de los ingresos en general que incrementen el patrimonio de las personas tanto físicas como morales. Para el caso del negocio sobre el que se desarrolla el presente trabajo, la tasas para el resultado fiscal anual es del 34 % para 1995, que es a partir del cual se empieza la proyección objeto de este estudio.

En resumen el esquema para determinar el pago es el siguiente:

$$\text{Impuesto sobre la Renta} = \text{Resultado Fiscal} \times 34 \%$$

$$\text{Resultado Fiscal} = \text{Utilidad Fiscal} - \text{Pérdidas Fiscales Pendientes de aplicar de Ejercicios Anteriores}$$

$$\text{Utilidad Fiscal} = \text{Ingresos} - \text{Deducciones Autorizadas}$$

Ley del Impuesto al Activo de las Empresas: Fundamenta el pago del 1.8 % sobre los activos que las empresa o las personas físicas con actividades empresariales tengan en cualquier lugar, pagadero siempre y cuando el impuesto sobre la renta que se determine por el resultado fiscal obtenido sea menor que dicho 1.8 %, en caso contrario se paga el impuesto sobre la renta.

El Esquema de este impuesto queda de la siguiente forma:

$$\text{IMPAC} = \text{ACTIVO} \times 1.8\%$$

$$\text{Activo} = \text{Financiero} + \text{Fijo} + \text{Gastos y Cargos diferidos} - \text{Deudas no negociables}$$

Ley del Impuesto al Valor Agregado Marca la obligación de pagar el 10% a cargo de las personas físicas y morales que en territorio nacional enajenen bienes, presten servicios independientes, otorguen el uso o goce temporal de bienes o que importen bienes o servicios. A partir del mes de abril de 1995 la tasa general pasa a ser del 15%.

Ley Federal del Trabajo. Regula las relaciones que se entablan entre empleadores y empleados, respecto de los trabajos permanentes o eventuales que por tiempo determinado u obra determinada se contratan, estableciendo las condiciones mínimas que se deben considerar a los trabajadores o sindicatos:

jornada máxima de trabajo,

pago de horas extras,

pago de salarios mínimos profesionales y/o generales,

respeto de descanso semanal,

descansos obligatorios por festividades cívicas,

establecimiento del disfrute de periodos anuales de vacaciones con pago de primas

vacacionales,

pago anual de aguinaldos,
participación de los trabajadores en la utilidades de las empresas,
indemnizaciones por despido o jubilación,
pago de primas de antigüedad, etc

Todo lo anterior se establece con el fin de obtener armonía en las relaciones entre trabajadores y patrones, y así lograr la paz social en el país.

Ley del Instituto Mexicano del Seguro Social. Busca garantizar el derecho a la salud, a la asistencia médica, a la protección de los medios de subsistencia y a los servicios sociales necesarios para el bienestar individual y colectivo (Art. 1 de la Ley del Seguro Social).

Así pues, se tiene el servicio de medicina preventiva, los servicios médicos de emergencia para protección de la salud del trabajador y de su dependientes económicos.

Lo anterior se busca garantizar por medio del:

Seguro de Riesgos de Trabajo,
Seguro de Enfermedades y Seguro de Maternidad,
Seguro de Invalidez, Vejez, Cesantía en Edad Avanzada y Muerte,
Seguro de Retiro,

mismos que se financian a través de aportaciones de los trabajadores y de la empresa.

TIPO DE SEGURO	PATRON	TRABAJADOR	SUMA
Enfermedad/ Maternidad	8.75 %	3.125 %	11.875%
Invalidez, Vejez, Cesantía en Edad Avanzada y Muerte	5.67 %	2.025 %	7.695%
Guarderías	1.00 %	0.000 %	1.000%
Riesgos de trabajo	34 %		
SUMA	15.76 %	5.150 %	20.910%

Ley del INFONAVIT en la que establece la obligación de contribuir a un fondo Nacional para el financiamiento a la construcción y dotación de vivienda de los trabajadores, con un 5% de los salario integrado de cada trabajador con contrato indefinido individual de trabajo que tenga registrado una empresa y con cargo a su resultado fiscal, es decir, no contribuyen los trabajadores en esta aportación.

Ley del SAR. Establece el sistema de ahorro para el retiro de los trabajadores cuando lleguen a una edad avanzada o bien se incapaciten permanentemente y totalmente o bien en caso de muerte, sus deudos puedan recibir el fondo acumulado su retiro. El cargo a la empresa es de un 2% sobre el salario de cada uno de sus trabajadores

Leyes impositivas locales. En el Distrito Federal se tiene un impuesto especial que establece como base un 2% de los sueldos que pague la empresa a todas aquellas personas que tengan relación contractual de trabajo.

2.1.3. ESTACIONALIDAD DE VENTAS EN COMERCIO DE ROPA

El comportamiento de las ventas se ve fuertemente influido por las fechas especiales que podemos encontrar en el calendario anual así como la presencia de las estaciones del año:

- **Periodos vacacionales**, influido a su vez por la **estacion del año** en que se presenten, como por ejemplo, en las vacaciones desemana santa o en épocas de calor se venden sandalias, trajes de baño, bermudas, shorts, pants ligeros, playeras, en general ropa ligera; en época de temperaturas más frescas se venden playeras de manga larga, sudadera, pants más abrigadores, sweters, chamarras, abrigos y en general ropa más guesa.

- **Fin de curso escolares**, en los que se hacen necesarios trajes, o coordinados de pantalón de vestir con saco, vestidos formales, zapatos de charol, camisas, corbatas, etc. para las fiestas de graduación o de fin de curso.

- **Inicio de cursos escolares**, en los que se demandan zapatos casi siempre de color negro tipo charol, camisa blancas de manga corta, calcetines de ciertos colores, tenis blancos para deportes, calcetines, sweters de color clásicos escolar (azul marino, rojo, blanco, verde) ya sean abiertos o cerrados según la escuela.

-Época Navideña, período que registra el mayor incremento de ventas que fácilmente puede representar cuando menos el doble del promedio de ventas mensuales registro de Enero a Noviembre de cada año. Este periodo abarca de finales de Noviembre al 6 de Enero (festividad de Reyes), siendo su punto más alto los 10 días anteriores al 24 de Diciembre.

Dado que este periodo se presentan en **época de frío**, la generalidad de la ropa que se venden es más bien ropa gruesa que permita afrontar el clima propio de estas fechas.

-Día del niño,(30 de abril) en esta época la familia promedio que concurre al centro a comprar algo en esta festividad, es más bien algo barato: playeras, ropa interior, tenis, pants, pantalones, etc.

2.2. PRONOSTICO DE VENTAS

El significado del término pronóstico nos lo sugiere la misma raíz etimológica de la palabra, pues el prefijo latino "pre" nos da la idea de algo anticipado y "gnoscere" se refiere al verbo latino conocer, darse cuenta, saber. Así "pregnoscere" y su derivación pronóstico significan un darse cuenta por anticipado.

En administración el pronóstico lo ubicamos en la fase del proceso administrativo de la planeación, ya que esta actividad involucra todo lo necesario para establecer los objetivos y la forma de realizarlos. El pronóstico de ventas, es un plan teórico con números referentes a las unidades que el negocio puede vender,

que multiplicados por su precio unitario nos permite un conocimiento anticipado del potencial de ventas en moneda de curso legal.

2.2.1. DETERMINACION DE UNIDADES A VENDER POR DEPTO. DE BEBES, DEPTO. DE NIÑOS Y DEPTO. DE NIÑAS

Dado que el negocio se proyecta para dar satisfacción a las necesidades de ropa y calzado para la población infantil, se hace necesario departamentalizar en función a 3 grandes divisiones: bebés, niños y niñas, tal como lo hacen los grandes almacenes en México.

Para establecer una idea respecto al potencial de ventas, se obtuvo la información de las ventas promedio mensuales de negocios similares del ramo administrados por la empresa contratadora Servicios Administrativos Mica, S.A. con cuyos números y en base a la experiencia de funcionarios y directivos de esta empresa se estableció como base de arranque de los cálculos de unidades a vender por departamento el promedio de 2 tiendas administradas por ellos sólo que considerando un 30 % de las ventas promedio mensuales registradas en los dos últimos años (1993 y 1994) para tomar como base en el primer año de mi proyección, considerando para el 2º año un incremento de entre un 5 y un 10% .

Las unidades a vender por tipo de prenda aparecen en los cuadros que componen el pronóstico de ventas departamental y que vienen en las hojas 26-

EL PEQUEÑO MUNDO DE LA MODA

PRONOSTICO DE VENTAS

1995-1996

DEPARTAMENTO DE BEBES

EL PEQUEÑO MUNDO DE LA MODA
 PRONOSTICO DE VENTAS (UNIDADES Y N°)
 DEPARTAMENTO DE BEBES

	ENE-95	FEB-95	MAR-95	ABR-95	MAY-95	JUN-95	JUL-95	AGO-95	SEP-95	OCT-95	NOV-95	DIC-95	1995 TOTAL
UNIDADES													
0 A 6 MESES	35	35	39	50	25	20	20	20	20	25	60	100	420
6 A 24 MESES	20	17	17	30	25	12	15	15	18	22	45	100	336
total unidades	55	52	47	60	50	32	35	35	38	47	105	200	756
Nuevos pesos													
PRECIO PROMEDIO	53,00	53,00	53,00	53,00	53,00	53,00	53,00	53,00	53,00	53,00	53,00	53,00	53,00
VENTAS TOTALES EN N\$	2.915,00	2.756,00	2.491,00	3.180,00	2.650,00	1.696,00	1.855,00	1.855,00	2.014,00	2.491,00	5.545,00	10.600,00	34.500,00
% COSTO PROMEDIO VENTAS	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%
COSTO PROMEDIO BRUTO EN N\$	2.040,50	1.929,20	1.743,70	2.226,00	1.855,00	1.187,20	1.298,50	1.298,50	1.409,80	1.743,70	3.895,50	7.420,00	24.150,00
% DE DESC. COSTO	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%
DESCUENTO PROMEDIO EN N\$	153,04	144,69	130,78	166,95	139,15	89,04	97,39	97,39	105,74	130,78	292,16	556,50	1.800,00
COSTO PROMEDIO NETO	1.887,46	1.784,51	1.612,92	2.059,05	1.715,88	1.098,16	1.201,11	1.201,11	1.304,07	1.612,92	3.603,34	6.863,50	22.350,00
% DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	35,25%	35,25%	35,25%	35,25%	35,25%	35,25%	35,25%	35,25%	35,25%	35,25%	35,25%	35,25%	35,25%
UNIDADES													
3 A 6 MESES	20	15	15	21	18	17	17	15	15	18	42	70	280
DE 1 A 3 AÑOS	15	15	12	21	18	12	12	12	13	15	32	70	247
total unidades	35	30	27	42	36	29	29	27	28	33	74	140	527
Nuevos pesos													
PRECIO PROMEDIO	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00
IMP. VTA COMISIONES	2.275,00	1.950,00	1.755,00	2.230,00	2.240,00	1.885,00	1.885,00	1.755,00	1.820,00	2.145,00	4.810,00	9.100,00	34.450,00
% COSTO PROMEDIO VENTAS	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%
COSTO PROMEDIO BRUTO EN N\$	1.592,50	1.365,60	1.228,50	1.911,00	1.638,00	1.319,50	1.319,50	1.228,50	1.274,00	1.501,50	3.367,80	6.370,00	22.300,00
% DE DESC. COSTO	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
DESCUENTO PROMEDIO EN N\$	79,63	68,25	61,43	95,55	81,90	65,98	65,98	61,43	63,70	75,08	168,35	318,50	1.100,00
COSTO PROMEDIO NETO	1.512,88	1.296,75	1.167,08	1.815,45	1.556,10	1.253,52	1.253,52	1.167,08	1.210,30	1.426,43	3.199,65	6.051,50	21.200,00
% DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%
UNIDADES													
0 A 18 MESES	10	9	9	15	13	6	6	6	9	11	18	28	158
Nuevos pesos													
PRECIO PROMEDIO	59,00	59,00	59,00	59,00	59,00	59,00	59,00	59,00	59,00	59,00	59,00	59,00	59,00
VENTAS TOTALES EN N\$	590,00	501,50	501,50	885,00	767,00	354,00	354,00	354,00	531,00	649,00	1.042,50	2.802,50	10.500,00
% COSTO PROMEDIO VENTAS	74,00%	74,00%	74,00%	74,00%	74,00%	74,00%	74,00%	74,00%	74,00%	74,00%	74,00%	74,00%	74,00%
COSTO PROMEDIO BRUTO EN N\$	436,60	371,11	371,11	654,90	567,58	261,96	261,96	261,96	392,94	480,26	784,05	2.073,85	7.800,00
% DE DESC. COSTO	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
DESCUENTO PROMEDIO EN N\$	21,83	18,56	18,56	32,75	28,38	13,10	13,10	13,10	19,65	24,01	38,20	103,69	350,00
COSTO PROMEDIO NETO	414,77	352,55	352,55	622,16	539,20	248,86	248,86	248,86	373,29	456,25	725,85	1.970,16	7.450,00
% DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	29,70%	29,70%	29,70%	29,70%	29,70%	29,70%	29,70%	29,70%	29,70%	29,70%	29,70%	29,70%	29,70%

FALLA DE ORIGEN

EL PEQUEÑO MUNDO DE LA MODA
 PRODUCTOS Y SERVICIOS UNIDADES Y NS
 DEPARTAMENTO DE BEBES

ENE-95 FEB-95 MAR-95 ABR-95 MAY-95 JUN-95 JUL-95 AGO-95 SEP-95 OCT-95 NOV-95 DIC-95 1995
 TOTAL

PANTALONES		UNIDADES												1995
6 A 18 MESES		70	70	60	60	60	55	55	55	50	65	135	200	935
PRECIO PROMEDIO		Nuevos pesos												
VENTAS TOTALES EN NS		20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
% COSTO PROMEDIO VENTAS		1.400,00	1.400,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.000,00	1.300,00	2.700,00	4.000,00	28,00
COSTO PROMEDIO BRUTO EN NS		70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%
% DE DESCU. A COSTO		980,00	980,00	840,00	840,00	840,00	770,00	770,00	770,00	700,00	910,00	1.890,00	2.800,00	70,00%
DESCUENTO PROMEDIO EN NS		7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%
COSTO PROMEDIO NETO		75,50	75,50	63,00	63,00	63,00	57,75	57,75	57,75	52,50	68,25	141,75	210,00	7,50%
UTILIDAD BRUTA		906,50	906,50	777,00	777,00	777,00	712,25	712,25	712,25	647,50	841,25	1.748,25	2.590,00	
% DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTA		35,25%	35,25%	35,25%	35,25%	35,25%	35,25%	35,25%	35,25%	35,25%	35,25%	35,25%	35,25%	35,25%

PANTALONES		UNIDADES												1995
9 A 24 MESES		8	7	7	12	12	5	6	6	7	9	18	40	136
PRECIO PROMEDIO		Nuevos pesos												
VENTAS TOTALES EN NS		59,00	59,00	59,00	59,00	59,00	59,00	59,00	59,00	59,00	59,00	59,00	59,00	59,00
% COSTO PROMEDIO VENTAS		472,00	401,20	401,20	708,00	708,00	285,20	354,00	354,00	424,80	519,20	1.062,00	2.360,00	59,00
COSTO PROMEDIO BRUTO EN NS		71,00%	71,00%	71,00%	71,00%	71,00%	71,00%	71,00%	71,00%	71,00%	71,00%	71,00%	71,00%	71,00%
% DE DESCU. A COSTO		335,12	284,85	284,85	502,68	502,68	201,07	251,34	251,34	301,61	368,63	754,02	1.675,60	71,00%
DESCUENTO PROMEDIO EN NS		5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
COSTO PROMEDIO NETO		16,76	14,24	14,24	25,13	25,13	10,15	12,57	12,57	15,08	18,43	37,70	83,78	5,00%
UTILIDAD BRUTA		318,56	270,61	270,61	477,55	477,55	191,02	238,77	238,77	286,53	330,20	716,32	1.591,82	
% DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTA		32,55%	32,55%	32,55%	32,55%	32,55%	32,55%	32,55%	32,55%	32,55%	32,55%	32,55%	32,55%	32,55%

SWEATERS		UNIDADES												1995
1 A 3 AÑOS		20	17	17	30	25	12	12	12	18	22	35	95	315
PRECIO PROMEDIO		Nuevos pesos												
VENTAS TOTALES EN NS		59,00	59,00	59,00	59,00	59,00	59,00	59,00	59,00	59,00	59,00	59,00	59,00	59,00
% COSTO PROMEDIO VENTAS		1.180,00	1.003,00	1.003,00	1.770,00	1.475,00	708,00	708,00	708,00	1.062,00	1.258,00	2.165,00	5.605,00	59,00
COSTO PROMEDIO BRUTO EN NS		70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%
% DE DESCU. A COSTO		826,00	702,10	702,10	1.239,00	1.032,50	495,60	495,60	495,60	743,40	908,60	1.445,50	3.923,50	70,00%
DESCUENTO PROMEDIO EN NS		7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%
COSTO PROMEDIO NETO		57,82	49,15	49,15	86,73	72,28	34,69	34,69	34,69	52,04	63,60	101,19	274,65	7,00%
UTILIDAD BRUTA		768,18	652,95	652,95	1.152,27	960,23	460,91	460,91	460,91	601,56	845,00	1.344,32	3.648,86	
% DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTA		34,90%	34,90%	34,90%	34,90%	34,90%	34,90%	34,90%	34,90%	34,90%	34,90%	34,90%	34,90%	34,90%

FALLA DE ORIGEN

EL PEQUEÑO MUNDO DE LA MODA
 PROMOTORIO DE VENTAS SOCIALES Y AS
 DEPARTAMENTO DE BEBES

ENE-95 FEB-95 MAR-95 ABR-95 MAY-95 JUN-95 JUL-95 AGO-95 SEP-95 OCT-95 NOV-95 DIC-95 1995
 TOTAL

PANTS		UNIDADES											
6 A 24 MESES		30	29	25	25	30	30	28	28	28	42	70	309
Nuevos pesos													
PRECIO PROMEDIO	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
VENTAS TOTALES P.N.S	2.400,00	2.240,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.400,00	2.400,00	2.240,00	2.240,00	2.240,00	3.360,00	5.600,00	22.240,00
% COSTO PROMEDIO VENTAS	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%
COSTO PROMEDIO BRUTO EN NS	1.560,00	1.456,00	1.300,00	1.300,00	1.300,00	1.560,00	1.560,00	1.456,00	1.456,00	1.456,00	2.184,00	3.540,00	22.240,00
% DE DESCU. A COSTO	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
DESCUENTO PROMEDIO EN NS	78,00	72,80	65,00	65,00	65,00	78,00	78,00	72,80	72,80	72,80	109,20	182,00	1.111,20
COSTO PROMEDIO NETO	1.482,00	1.383,20	1.235,00	1.235,00	1.235,00	1.482,00	1.482,00	1.383,20	1.383,20	1.383,20	2.074,80	3.458,00	21.128,80
UTILIDAD BRUTA	918,00	856,00	765,00	765,00	765,00	918,00	918,00	856,00	856,00	856,00	1.285,20	2.142,00	11.111,20
% DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTA	38,25%	38,25%	38,25%	38,25%	38,25%	38,25%	38,25%	38,25%	38,25%	38,25%	38,25%	38,25%	38,25%

CHAMARRAS Y ABRIGOS		UNIDADES												
6 A 24 MESES		20	17	17	30	30	12	12	12	18	22	35	95	320
1 A 2 AÑOS		20	17	17	30	30	12	12	12	18	22	35	95	320
Total		40	34	34	60	60	24	24	24	36	44	70	190	640

Nuevos pesos														
PRECIO PROMEDIO	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
VENTAS TOTALES P.N.S	5.200,00	4.420,00	4.420,00	7.800,00	7.800,00	3.120,00	3.120,00	3.120,00	3.120,00	4.680,00	5.720,00	9.100,00	24.760,00	83.200,00
% COSTO PROMEDIO VENTAS	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%
COSTO PROMEDIO BRUTO EN NS	3.380,00	2.873,00	2.873,00	5.070,00	5.070,00	2.028,00	2.028,00	2.028,00	2.028,00	3.042,00	3.718,00	5.912,00	16.055,00	52.080,00
% DE DESCU. A COSTO	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%
DESCUENTO PROMEDIO EN NS	226,00	201,11	201,11	354,00	354,00	141,36	141,36	141,36	141,36	212,94	260,26	414,05	1.122,85	3.725,60
COSTO PROMEDIO NETO	3.143,40	2.671,89	2.671,89	4.715,10	4.715,10	1.886,64	1.886,64	1.886,64	1.886,64	2.829,06	3.457,74	5.500,95	14.932,15	48.354,40
UTILIDAD BRUTA	2.056,60	1.748,11	1.748,11	3.089,90	3.089,90	1.233,36	1.233,36	1.233,36	1.233,36	1.637,94	2.262,26	3.599,05	9.727,85	34.845,60
% DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTA	39,55%	39,55%	39,55%	39,55%	39,55%	39,55%	39,55%	39,55%	39,55%	39,55%	39,55%	39,55%	39,55%	39,55%

IMPORTE TOTAL DEP. BEBES	16.432,00	14.671,70	13.771,70	20.273,00	18.940,00	11.546,20	11.776,00	11.486,00	13.771,80	16.362,20	29.694,50	64.767,50	243.492,50
COSTO PROMEDIO BRUTO EN NS	11.150,72	9.442,26	9.442,26	15.745,58	12.805,76	7.822,54	7.984,50	7.789,90	9.319,75	11.086,69	20.715,07	43.957,95	165.187,18
DESCUENTO PROMEDIO EN NS	717,17	642,30	607,26	396,01	829,71	490,57	501,43	491,68	594,44	713,21	1.302,60	2.852,97	10.304,32
COSTO PROMEDIO NETO	10.433,55	9.318,97	8.740,00	12.855,57	11.976,05	7.332,76	7.483,47	7.298,22	8.725,31	10.373,48	18.912,47	41.104,98	154.882,86
UTILIDAD BRUTA	5.998,45	5.352,73	5.031,70	7.419,43	6.963,95	4.213,44	4.292,53	4.187,78	5.046,49	5.988,72	10.782,03	23.662,52	88.609,72
% DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTA	36,50%	36,49%	36,54%	36,60%	36,77%	36,49%	36,45%	36,46%	36,64%	36,60%	36,31%	36,53%	36,53%

FALLA DE ORIGEN

EL PEQUEÑO MUNDO DE LA MODA
 COMERCIO DE VESTIMENTAS Y CALZADO
 DEPARTAMENTO DE BEBES

	ENE-96	FEB-96	MAR-96	ABR-96	MAY-96	JUN-96	JUL-96	AGO-96	SEP-96	OCT-96	NOV-96	DIC-96	1996 TOTAL
UNIDADES	Unidades:												
0 A 6 MESES	37	37	32	32	26	21	21	21	21	36	63	105	653
6 A 24 MESES	21	18	18	22	26	13	16	16	19	35	47	105	560
total unidades	58	55	50	64	52	34	37	37	40	71	110	210	1213
PRECIO PROMEDIO	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00
VENTAS TOTALES EN \$	3.191,00	3.025,00	2.750,00	3.520,00	2.860,00	1.870,00	2.045,00	2.035,00	2.200,00	3.905,00	6.050,00	11.550,00	44.000,00
% COSTO PROMEDIO VENTAS	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%
COSTO PROMEDIO BRUTO EN \$	2.233,30	2.117,50	1.925,00	2.464,00	2.002,00	1.309,00	1.424,50	1.424,50	1.540,00	2.735,50	4.235,00	8.085,00	31.000,00
% DE DESC. % COSTO	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%
DESCUENTO PROMEDIO EN \$	167,48	158,81	144,38	184,80	150,15	98,18	106,84	106,84	115,50	205,01	317,63	606,38	2.300,00
COSTO PROMEDIO NETO	2.065,82	1.958,69	1.780,62	2.279,20	1.851,85	1.210,83	1.317,66	1.317,66	1.424,50	2.525,49	3.917,37	7.478,62	28.700,00
UTILIDAD BRUTA	1.127,70	1.067,31	925,00	1.056,00	858,00	561,17	620,50	610,50	655,00	1.179,51	1.832,63	4.071,38	15.000,00
% DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	35,25%	35,25%	35,25%	35,25%	35,25%	35,25%	35,25%	35,25%	35,25%	35,25%	35,25%	35,25%	35,25%

	ENE-96	FEB-96	MAR-96	ABR-96	MAY-96	JUN-96	JUL-96	AGO-96	SEP-96	OCT-96	NOV-96	DIC-96	1996 TOTAL
CONSISTENTES	CONSISTENTES:												
3 A 6 MESES	26	26	22	22	18	15	15	15	15	35	44	74	327
DE 1 A 3 AÑOS	15	13	13	22	18	9	11	11	13	30	33	33	262
total unidades	41	39	35	44	36	24	26	26	28	65	77	146	589
PRECIO PROMEDIO	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00
IMP. VTA CONSUNTOS	2.870,00	2.730,00	2.450,00	3.080,00	2.520,00	1.680,00	1.820,00	1.820,00	1.960,00	4.550,00	5.590,00	10.260,00	41.200,00
% COSTO PROMEDIO VENTAS	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%
COSTO PROMEDIO BRUTO EN \$	2.009,00	1.911,00	1.715,00	2.156,00	1.764,00	1.176,00	1.274,00	1.274,00	1.372,00	3.185,00	3.773,00	7.252,00	28.000,00
% DE DESC. % COSTO	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
DESCUENTO PROMEDIO EN \$	100,45	65,55	85,75	107,80	88,70	58,80	63,70	63,70	68,00	159,25	188,65	362,60	1.400,00
COSTO PROMEDIO NETO	1.908,55	1.845,45	1.629,25	2.048,20	1.675,80	1.117,20	1.210,50	1.210,50	1.304,00	3.025,75	3.584,35	6.889,40	27.600,00
UTILIDAD BRUTA	961,00	916,31	790,00	924,00	758,00	503,80	550,00	550,00	588,00	1.174,25	1.807,65	3.971,60	15.000,00
% DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%

	ENE-96	FEB-96	MAR-96	ABR-96	MAY-96	JUN-96	JUL-96	AGO-96	SEP-96	OCT-96	NOV-96	DIC-96	1996 TOTAL
ALTA	ALTA:												
6 A 18 MESES	11	9	9	10	10	7	7	7	10	15	19	50	167
PRECIO PROMEDIO	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00
VENTAS TOTALES EN \$	692,50	585,00	585,00	1.040,00	617,50	422,50	422,50	422,50	617,50	975,00	1.202,50	3.250,00	10.822,50
% COSTO PROMEDIO VENTAS	74,00%	74,00%	74,00%	74,00%	74,00%	74,00%	74,00%	74,00%	74,00%	74,00%	74,00%	74,00%	74,00%
COSTO PROMEDIO BRUTO EN \$	509,25	432,90	432,90	769,60	456,95	312,65	312,65	312,65	456,95	721,50	889,85	2.405,00	8.000,00
% DE DESC. % COSTO	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
DESCUENTO PROMEDIO EN \$	25,25	21,65	21,65	38,43	22,85	15,63	15,63	15,63	22,85	36,81	44,49	120,25	400,00
COSTO PROMEDIO NETO	479,80	411,26	411,26	731,17	434,10	297,02	297,02	297,02	434,10	685,43	845,36	2.284,75	7.600,00
UTILIDAD BRUTA	207,70	172,59	172,59	300,00	183,00	125,85	125,85	125,85	183,00	289,50	357,14	965,25	3.200,00
% DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	29,70%	29,70%	29,70%	29,70%	29,70%	29,70%	29,70%	29,70%	29,70%	29,70%	29,70%	29,70%	29,70%

FALLA DE ORIGEN

	ENE-96	FEB-96	MAR-96	ABR-96	MAY-96	JUN-96	JUL-96	AGO-96	SEP-96	OCT-96	NOV-96	DIC-96	1996 TOTAL
CA BAMBES	Unidades:												932
	74	74	64	64	52	42	42	42	42	100	126	210	
PRECIO PROMEDIO	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00
VENTAS TOTALES EN \$	1.850,00	1.850,00	1.600,00	1.600,00	1.300,00	1.050,00	1.050,00	1.050,00	1.050,00	2.500,00	3.150,00	5.250,00	21.300,00
% COSTO PROMEDIO SI ENTAS	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%
COSTO PROMEDIO BRUTO EN \$	1.295,00	1.295,00	1.120,00	1.120,00	910,00	735,00	735,00	735,00	735,00	1.750,00	2.205,00	3.675,00	
% DE DESC. SCOSTO	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%
DESCUENTO PROMEDIO EN \$	97,13	97,13	84,00	84,00	68,25	55,13	55,13	55,13	55,13	131,25	165,38	275,63	
COSTO PROMEDIO NETO	1.197,88	1.197,88	1.036,00	1.036,00	841,75	679,88	679,88	679,88	679,88	1.618,75	2.039,63	3.399,38	
% DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTA	35,29%	35,29%	35,29%	35,29%	35,29%	35,29%	35,29%	35,29%	35,29%	35,29%	35,29%	35,29%	35,29%
CA BAMBES	Unidades:												146
	8	7	7	13	10	5	6	6	8	14	19	42	
PRECIO PROMEDIO	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00
VENTAS TOTALES EN \$	529,20	453,60	453,60	806,40	655,20	327,60	403,20	403,20	478,80	882,00	1.184,40	2.646,00	9.223,50
% COSTO PROMEDIO SI ENTAS	71,00%	71,00%	71,00%	71,00%	71,00%	71,00%	71,00%	71,00%	71,00%	71,00%	71,00%	71,00%	71,00%
COSTO PROMEDIO BRUTO EN \$	375,75	322,06	322,06	572,54	465,19	232,60	286,27	286,27	339,95	626,22	840,92	1.878,66	
% DE DESC. SCOSTO	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
DESCUENTO PROMEDIO EN \$	18,79	16,10	16,10	28,63	25,26	11,64	14,31	14,31	17,00	31,31	42,05	93,93	
COSTO PROMEDIO NETO	356,95	305,95	305,95	543,92	441,93	220,97	271,96	271,96	322,95	594,91	798,88	1.784,73	
% DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTA	32,55%	32,55%	32,55%	32,55%	32,55%	32,55%	32,55%	32,55%	32,55%	32,55%	32,55%	32,55%	32,55%
CA BAMBES	Unidades:												351
	21	18	18	32	19	13	13	13	19	30	55	100	
PRECIO PROMEDIO	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00
VENTAS TOTALES EN \$	1.323,00	1.134,00	1.134,00	2.016,00	1.197,00	819,00	819,00	819,00	1.197,00	1.891,00	3.465,00	6.300,00	22.113,00
% COSTO PROMEDIO SI ENTAS	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%
COSTO PROMEDIO BRUTO EN \$	926,10	793,80	793,80	1.411,20	837,90	573,30	573,30	573,30	837,90	1.323,00	2.425,50	4.410,00	
% DE DESC. SCOSTO	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%
DESCUENTO PROMEDIO EN \$	64,83	55,57	55,57	98,78	58,65	40,13	40,13	40,13	58,65	92,61	169,79	308,70	
COSTO PROMEDIO NETO	861,27	738,23	738,23	1.312,42	779,25	533,17	533,17	533,17	779,25	1.230,39	2.255,72	4.101,30	
% DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTA	34,90%	34,90%	34,90%	34,90%	34,90%	34,90%	34,90%	34,90%	34,90%	34,90%	34,90%	34,90%	34,90%

FALLA DE ORIGEN

EL PROMEDIO MENSUAL DE LA MESA

PROYECTO DE VÍAS (UNIDADES Y NS)

DEPARTAMENTO DE BEBES

ENE-96 FEB-96 MAR-96 ABR-96 MAY-96 JUN-96 JUL-96 AGO-96 SEP-96 OCT-96 NOV-96 DIC-96 1996

Unidades:		26	26	22	22	18	15	15	15	15	38	44	74	330
5 A 24 MESES														
PRECIO PROMEDIO	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00
VENTAS TOTALES EN NS	2.210,00	2.210,00	1.870,00	1.870,00	1.530,00	1.275,00	1.275,00	1.275,00	1.275,00	3.240,00	3.740,00	6.290,00	28.050,00	
% COSTO PROMEDIO VENTAS	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%
COSTO PROMEDIO BRUTO EN NS	1.436,50	1.436,50	1.215,50	1.215,50	994,50	828,75	828,75	828,75	828,75	2.099,50	2.431,00	4.088,50	18.285,50	
% DE DESC. SCOSFO	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
DESCUENTO PROMEDIO EN NS	71,83	71,83	60,78	60,78	49,73	41,44	41,44	41,44	41,44	104,98	121,55	204,43	904,43	
COSTO PROMEDIO NETO	1.364,68	1.364,68	1.154,75	1.154,75	944,78	787,31	787,31	787,31	787,31	1.994,53	2.309,45	3.884,08	17.381,08	
% DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	34,25%	34,25%	34,25%	34,25%	34,25%	34,25%	34,25%	34,25%	34,25%	34,25%	34,25%	34,25%	34,25%	34,25%
6 A 24 MESES		21	18	18	32	19	13	13	13	19	25	37	100	330
1 A 2 AÑOS		21	18	18	32	19	13	13	13	19	30	37	100	330
Total		42	36	36	64	38	26	26	26	38	55	74	200	660
PRECIO PROMEDIO	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00
VENTAS TOTALES EN NS	5.670,00	4.860,00	4.860,00	8.640,00	5.130,00	3.510,00	3.510,00	3.510,00	3.510,00	5.130,00	7.425,00	9.990,00	27.000,00	109.235,00
% COSTO PROMEDIO VENTAS	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%
COSTO PROMEDIO BRUTO EN NS	3.685,50	3.159,00	3.159,00	5.616,00	3.334,50	2.281,50	2.281,50	2.281,50	2.281,50	3.334,50	4.826,25	6.493,50	17.550,00	
% DE DESC. SCOSFO	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%
DESCUENTO PROMEDIO EN NS	257,99	221,13	221,13	393,12	233,42	159,71	159,71	159,71	159,71	233,42	337,84	454,55	1.228,50	
COSTO PROMEDIO NETO	3.427,52	2.937,87	2.937,87	5.222,88	3.101,09	2.121,80	2.121,80	2.121,80	2.121,80	3.101,09	4.488,41	6.038,96	16.321,50	
% DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	39,55%	39,55%	39,55%	39,55%	39,55%	39,55%	39,55%	39,55%	39,55%	39,55%	39,55%	39,55%	39,55%	39,55%
IMPTE TOTAL DEP. BEBES	18.324,70	16.847,60	15.702,60	22.572,40	15.009,70	10.954,10	11.334,70	11.334,70	11.334,70	13.908,30	25.357,00	34.171,90	72.646,00	
COSTO PROMEDIO BRUTO EN NS	12.465,88	11.467,76	10.683,26	15.324,84	10.765,04	7.448,80	7.715,97	7.715,97	7.715,97	9.445,05	17.264,97	23.293,77	49.344,16	
DESCUENTO PROMEDIO EN NS	803,73	737,76	689,34	996,39	694,50	480,64	496,88	496,88	496,88	612,58	1.098,32	1.504,07	3.200,41	
COSTO PROMEDIO NETO	11.662,16	10.730,00	9.993,91	14.328,46	10.070,54	6.968,16	7.219,09	7.219,09	7.219,09	8.832,47	16.166,65	21.789,71	46.143,75	
UTILIDAD BRUTA	6.662,44	6.117,60	5.708,69	8.233,94	5.770,16	3.983,94	4.115,61	4.115,61	4.115,61	5.075,83	9.190,33	12.382,19	26.502,25	
% DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	36,30%	36,31%	36,30%	36,32%	36,30%	36,32%	36,31%	36,31%	36,31%	36,32%	36,30%	36,30%	36,40%	36,40%

FALLA DE ORIGE

EL PEQUEÑO MUNDO DE LA MODA

PRONOSTICO DE VENTAS

1995-1996

DEPARTAMENTO DE NIÑOS

EL PEQUEÑO MUNDO DE LA MODA
 PROMOCIONES, VENTAS, UNIDADES Y M2
 DEPARTAMENTO NIÑOS

	ENE-95	FEB-95	MAR-95	ABR-95	MAY-95	JUN-95	JUL-95	AGO-95	SEP-95	OCT-95	NOV-95	DIC-95	1995 TOTAL
PAÑAMAS unidades													
4 A 6	50	25	32	17	16	12	12	12	10	12	20	50	258
8 A 14	40	24	44	20	19	9	9	9	9	10	25	45	241
TOTAL	90	49	76	37	35	21	21	21	19	22	45	95	499
PRECIO PROMEDIO													
	65.00	65.00	65.20	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00	65.00
VENTAS TOTALES EN M\$													
* COSTO PROMEDIO SOBRE VENTAS	70.0%	70.0%	70.0%	70.0%	70.0%	70.0%	70.0%	70.0%	70.0%	70.0%	70.0%	70.0%	70.0%
COSTO PROMEDIO BRUTO EN M\$	4,095.00	2,229.50	2,002.00	1,083.50	1,592.50	955.50	955.50	955.50	864.50	901.00	2,047.50	4,322.50	22,764.50
* DE DEDUCTO COSTO	7.0%	7.0%	7.0%	7.0%	7.0%	7.0%	7.0%	7.0%	7.0%	7.0%	7.0%	7.0%	7.0%
DESCUENTO PROMEDIO EN M\$	286.65	156.07	140.14	117.85	111.48	66.89	66.89	66.89	60.52	70.07	143.13	302.58	1,589.32
COSTO PROMEDIO NETO	1,808.35	2,073.44	1,861.86	1,595.66	1,481.03	888.62	888.62	888.62	803.99	930.93	1,904.18	4,019.93	21,115.19
UTILIDAD BRUTA	2,046.65	1,151.57	2,096.14	2,096.34	2,109.47	766.90	766.90	766.90	897.51	997.07	1,020.30	2,158.00	11,318.60
* DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	34.96%	44.96%	34.96%	34.96%	34.96%	34.96%	34.96%	34.96%	34.96%	34.96%	34.96%	34.96%	34.96%
CONJUNTOS unidades													
4 A 6	50	30	20	30	12	18	18	12	15	11	21	35	271
8 A 14	35	25	15	21	10	14	14	12	12	10	18	32	214
TOTAL	85	55	35	51	22	32	32	24	27	21	39	67	485
PRECIO PROMEDIO													
	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
VENTAS TOTALES EN M\$													
* COSTO PROMEDIO SOBRE VENTAS	70.0%	70.0%	70.0%	70.0%	70.0%	70.0%	70.0%	70.0%	70.0%	70.0%	70.0%	70.0%	70.0%
COSTO PROMEDIO BRUTO EN M\$	6,545.00	4,251.00	2,725.80	1,927.00	1,670.50	2,425.50	2,194.50	1,848.00	2,039.00	578.50	2,964.50	5,120.50	37,314.20
* DE DEDUCTO COSTO	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%
DESCUENTO PROMEDIO EN M\$	327.25	211.75	136.29	196.35	83.55	121.25	109.75	101.95	101.95	78.93	148.23	296.03	1,865.71
COSTO PROMEDIO NETO	6,217.75	4,039.25	2,589.51	1,730.65	1,587.30	2,304.25	2,084.75	1,756.60	1,937.05	499.58	2,816.28	4,824.48	35,448.49
UTILIDAD BRUTA	2,107.25	2,021.75	1,346.29	1,879.35	799.65	1,166.75	1,069.75	891.40	996.95	785.43	1,108.73	2,456.53	17,857.51
* DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	33.50%	33.50%	33.50%	33.50%	33.50%	33.50%	33.50%	33.50%	33.50%	33.50%	33.50%	33.50%	33.50%
PANTALONES unidades													
4 A 6	38	85	73	70	55	50	50	50	55	60	75	150	861
8 A 14	30	75	70	65	50	50	45	40	35	45	57	150	792
TOTAL	168	160	143	135	105	100	95	90	90	105	132	300	1653
PRECIO PROMEDIO													
	70.00	70.00	70.00	70.00	70.00	70.00	70.00	70.00	70.00	70.00	70.00	70.00	70.00
VENTAS TOTALES EN M\$													
* COSTO PROMEDIO SOBRE VENTAS	65.00%	65.00%	65.00%	65.00%	65.00%	65.00%	65.00%	65.00%	65.00%	65.00%	65.00%	65.00%	65.00%
COSTO PROMEDIO BRUTO EN M\$	7,644.00	7,280.00	6,580.50	6,142.50	4,777.50	4,550.00	4,322.50	4,095.00	4,095.00	4,777.50	6,006.00	13,650.00	73,846.50
* DE DEDUCTO COSTO	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%
DESCUENTO PROMEDIO EN M\$	382.20	364.00	323.33	307.13	238.88	227.50	216.13	204.75	204.75	238.88	300.30	682.50	3,692.33
COSTO PROMEDIO NETO	7,261.80	6,916.00	6,181.18	5,835.38	4,538.63	4,322.50	4,106.38	3,890.25	3,890.25	4,538.63	5,705.70	12,967.50	70,154.18
UTILIDAD BRUTA	4,082.20	4,264.00	3,426.30	3,614.63	2,811.38	2,977.50	2,846.63	2,499.75	2,499.75	2,811.38	3,534.30	8,352.50	43,652.80
* DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	38.25%	38.25%	38.25%	38.25%	38.25%	38.25%	38.25%	38.25%	38.25%	38.25%	38.25%	38.25%	38.25%

FALLA DE ORIGEN

EL PEQUEÑO MUNDO DE LA MUJER

FORMA HISTÓRICA DE VENTAS (UNIDADES Y \$)

DEPARTAMENTO NIÑOS

ENE-95 FEB-95 MAR-95 ABR-95 MAY-95 JUN-95 JUL-95 AGO-95 SEP-95 OCT-95 NOV-95 DIC-95 1995 TOTAL

SWITCHERS		unidades											
4 A 6	50	45	30	25	20	15	5	15	15	25	45	55	355
8 A 10	60	35	35	21	18	10	10	10	12	25	40	70	347
12 A 16	50	35	25	15	14	5	5	10	10	20	35	70	293
total	160	115	90	60	52	30	30	34	37	70	120	195	995

PRECIO PROMEDIO	60	67	60	50	60	60	60	60	60	60	60	60	60
VENTAS TOTALES EN \$	9.600,00	6.900,00	5.400,00	3.750,00	3.120,00	1.800,00	1.800,00	2.040,00	2.220,00	4.200,00	7.100,00	11.700,00	58.700,00
% COSTO PROMEDIO S VENTAS	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%
COSTO PROMEDIO BRUTO EN \$	6.720,00	4.830,00	3.780,00	2.625,00	2.184,00	1.260,00	1.260,00	1.428,00	1.554,00	2.940,00	5.040,00	8.190,00	41.790,00
% DE DESC TO A COSTO	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
DESCUENTO PROMEDIO EN \$	336,00	241,50	189,00	130,20	109,20	63,00	63,00	71,40	77,20	147,00	252,00	409,50	2.089,50
COSTO PROMEDIO NETO	6.384,00	4.588,50	3.591,00	2.473,80	2.074,80	1.197,00	1.197,00	1.356,60	1.476,80	2.793,00	4.788,00	7.790,50	39.700,50
UTILIDAD BRUTA	3.216,00	2.311,50	1.809,00	1.276,20	1.045,20	603,00	603,00	683,40	743,20	1.407,00	2.412,00	3.919,50	18.999,50
% DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%

PANTES		unidades											
4 A 16	50	35	20	20	20	20	20	20	25	30	35	80	375

PRECIO PROMEDIO	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00
VENTAS TOTALES EN \$	4.500,00	3.150,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	2.250,00	2.700,00	3.150,00	7.200,00	33.750,00
% COSTO PROMEDIO S VENTAS	62,50%	62,50%	62,50%	62,50%	62,50%	62,50%	62,50%	62,50%	62,50%	62,50%	62,50%	62,50%	62,50%
COSTO PROMEDIO BRUTO EN \$	2.812,50	1.968,75	1.125,00	1.125,00	1.125,00	1.125,00	1.125,00	1.125,00	1.406,25	1.687,50	1.968,75	4.500,00	21.093,75
% DE DESC TO A COSTO	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%
DESCUENTO PROMEDIO EN \$	210,94	147,66	84,38	84,38	84,38	84,38	84,38	84,38	105,47	126,56	147,66	337,50	1.582,09
COSTO PROMEDIO NETO	2.601,56	1.821,09	1.040,63	1.040,63	1.040,63	1.040,63	1.040,63	1.040,63	1.300,78	1.560,94	1.821,09	4.162,50	19.511,72
UTILIDAD BRUTA	1.898,44	1.328,91	759,38	759,38	759,38	759,38	759,38	759,38	949,22	1.139,06	1.328,91	3.037,50	14.238,28
% DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	42,19%	42,19%	42,19%	42,19%	42,19%	42,19%	42,19%	42,19%	42,19%	42,19%	42,19%	42,19%	42,19%

CHAMARRAS		unidades											
4 A 16	50	35	15	10	6	6	10	10	15	35	55	100	347

PRECIO PROMEDIO	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
VENTAS TOTALES EN \$	7.500,00	5.250,00	2.250,00	1.500,00	900,00	900,00	1.500,00	1.500,00	2.250,00	5.250,00	8.250,00	15.000,00	62.600,00
% COSTO PROMEDIO S VENTAS	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%
COSTO PROMEDIO BRUTO EN \$	5.250,00	3.675,00	1.575,00	1.050,00	630,00	630,00	1.050,00	1.050,00	1.575,00	3.675,00	5.775,00	10.500,00	36.435,00
% DE DESC TO A COSTO	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
DESCUENTO PROMEDIO EN \$	262,50	183,75	78,75	52,50	31,50	31,50	52,50	52,50	78,75	183,75	286,25	525,00	1.821,25
COSTO PROMEDIO NETO	4.987,50	3.491,25	1.496,25	997,50	598,50	598,50	997,50	997,50	1.496,25	3.491,25	5.488,25	9.975,00	34.613,25
UTILIDAD BRUTA	2.512,50	1.758,75	753,75	502,50	301,50	301,50	502,50	502,50	753,75	1.758,75	2.761,75	5.025,00	17.986,75
% DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%

FALLA DE ORIGEN

EL PEQUEÑO MUNDO DE LA MODA
PROMOTORA DE VENTAS (UNIDADES Y M)
DEPARTAMENTO NIÑOS

	ENE-95	FEB-95	MAR-95	ABR-95	MAY-95	JUN-95	JUL-95	AGO-95	SEP-95	OCT-95	NOV-95	DIC-95	1995 TOTAL
SACOS unidades													
4 A 16	50	20	15	10	10	50	15	15	10	12	20	50	252
PRECIO PROMEDIO	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
VENTAS TOTALES EN M	4.500,00	3.000,00	2.250,00	1.500,00	1.500,00	7.500,00	2.250,00	2.250,00	1.500,00	1.800,00	3.000,00	7.500,00	37.500,00
* CUSTO PROMEDIO S/VENTAS	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%
CUSTO PROMEDIO BRUTO EN M	925,00	1.950,00	1.462,50	975,00	975,00	4.675,00	975,00	1.462,50	975,00	1.170,00	1.950,00	4.875,00	24.500,00
* DE DESCU TO PROMEDIO	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%
DESCUENTO PROMEDIO EN M	204,75	136,50	102,38	68,25	68,25	341,25	68,25	102,38	68,25	81,00	136,50	341,25	1.719,00
CUSTO PROMEDIO NETO	2.720,25	1.813,50	1.360,13	906,75	906,75	4.333,75	906,75	1.360,13	906,75	1.088,10	1.813,50	4.533,75	22.850,10
UTILIDAD BRUTA	1.779,75	1.186,50	889,87	593,25	593,25	2.866,25	593,25	889,87	593,25	711,90	1.186,50	2.966,25	14.649,90
* DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	39,55%	39,55%	39,55%	39,55%	39,55%	39,55%	39,55%	39,55%	39,55%	39,55%	39,55%	39,55%	39,55%
CAMISAS unidades													
4 A 16	60	45	45	40	40	50	45	45	50	50	55	100	625
PRECIO PROMEDIO	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
VENTAS TOTALES EN M	3.000,00	2.250,00	2.250,00	2.000,00	2.000,00	2.500,00	2.250,00	2.250,00	2.500,00	2.500,00	2.750,00	5.000,00	31.250,00
* CUSTO PROMEDIO S/VENTAS	68,00%	68,00%	68,00%	68,00%	68,00%	68,00%	68,00%	68,00%	68,00%	68,00%	68,00%	68,00%	68,00%
CUSTO PROMEDIO BRUTO EN M	2.040,00	1.530,00	1.530,00	1.360,00	1.360,00	1.700,00	1.530,00	1.530,00	1.700,00	1.700,00	1.875,00	3.400,00	21.250,00
* DE DESCU TO PROMEDIO	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
DESCUENTO PROMEDIO EN M	102,00	76,50	76,50	68,00	68,00	85,00	76,50	76,50	85,00	85,00	93,50	170,00	1.062,50
CUSTO PROMEDIO NETO	1.938,00	1.453,50	1.453,50	1.292,00	1.292,00	1.615,00	1.453,50	1.453,50	1.615,00	1.615,00	1.776,50	3.230,00	20.187,50
UTILIDAD BRUTA	1.062,00	796,50	796,50	708,00	708,00	885,00	796,50	796,50	885,00	885,00	973,50	1.770,00	11.662,50
* DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	35,40%	35,40%	35,40%	35,40%	35,40%	35,40%	35,40%	35,40%	35,40%	35,40%	35,40%	35,40%	35,40%
TRAJES unidades													
4 A 16	45	25	15	10	8	35	5	12	18	12	30	65	295
PRECIO PROMEDIO	170,00	170,00	170,00	170,00	170,00	170,00	170,00	170,00	170,00	170,00	170,00	170,00	170,00
VENTAS TOTALES EN M	7.650,00	4.250,00	2.550,00	1.700,00	1.360,00	5.950,00	840,00	2.040,00	3.060,00	2.040,00	5.100,00	11.050,00	49.810,00
* CUSTO PROMEDIO S/VENTAS	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%
CUSTO PROMEDIO BRUTO EN M	4.972,50	2.762,50	1.657,50	1.105,00	884,00	3.867,50	546,00	1.365,00	1.989,00	1.326,00	3.315,00	7.182,50	32.376,50
* DE DESCU TO PROMEDIO	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
DESCUENTO PROMEDIO EN M	248,63	138,13	82,83	55,25	44,20	193,38	90,45	66,30	99,45	66,30	165,75	359,13	1.618,83
CUSTO PROMEDIO NETO	4.723,87	2.624,38	1.574,67	1.049,75	839,80	3.674,13	455,55	1.298,70	1.889,55	1.259,70	3.149,25	6.823,38	30.757,68
UTILIDAD BRUTA	2.677,50	1.624,63	972,50	695,00	526,00	2.272,50	384,00	774,00	1.170,00	784,00	1.950,75	4.226,63	19.052,33
* DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	35,25%	38,25%	38,25%	40,25%	38,25%	38,25%	45,25%	38,25%	38,25%	38,25%	38,25%	38,25%	38,25%
NIÑETE TOTAL DEP. NIÑOS													
4 A 16	63.710,00	45.235,00	33.244,00	23.685,00	21.697,00	31.280,00	23.860,00	22.185,00	24.245,00	22.525,00	45.850,00	91.940,00	463.711,00
COSTO PROMEDIO BRUTO EN M	44.004,00	30.460,75	22.364,30	19.972,00	15.198,50	21.388,50	15.401,50	14.820,00	16.237,75	19.855,50	30.935,75	61.740,50	311.380,45
DESCUENTO PROMEDIO EN M	2.369,91	1.655,85	1.215,64	1.079,50	839,42	1.214,16	836,81	817,47	883,83	1.078,38	1.676,61	3.383,48	17.411,86
COSTO PROMEDIO NETO	40.634,09	28.804,80	21.148,67	18.892,11	14.359,08	20.174,34	14.564,69	14.002,52	15.353,92	18.777,12	29.260,74	58.357,03	294.338,56
UTILIDAD BRUTA	21.066,91	14.430,10	12.115,33	10.792,90	8.337,52	12.195,66	8.455,31	8.182,49	8.911,08	10.747,89	14.889,26	33.582,98	169.372,41
* DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	36,21%	36,32%	36,42%	36,36%	36,72%	37,50%	36,84%	36,88%	36,78%	36,40%	36,18%	36,53%	36,53%

FALLA DE ORIGEN

EL PEQUEÑO MUNDO DE LA MEDA

PROYECTO DE VENTAS (UNIDADES Y \$)

DEPARTAMENTO SIMON

	ENE-96	FEB-96	MAR-96	ABR-96	MAY-96	JUN-96	JUL-96	AGO-96	SEP-96	OCT-96	NOV-96	DIC-96	1996
PRECIO PROMEDIO													
A A 6	53	26	23	18	17	13	13	13	11	18	21	53	276
A A 14	15	30	18	20	15	15	12	10	15	25	35	55	263
TOTAL	68	56	41	38	32	28	25	23	26	43	56	108	561
VENTAS TOTALES EN \$	3.125,00	3.837,50	3.877,50	2.660,00	3.250,00	3.500,00	3.225,00	3.000,00	3.015,00	3.615,00	3.825,00	7.825,00	36.270,00
% COSTO PROMEDIO VENTAS	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%
COSTO PROMEDIO BRUTO EN \$	4.287,50	2.736,25	2.913,00	1.854,60	1.556,20	1.352,40	1.205,40	1.102,40	1.249,50	2.107,00	2.744,00	5.267,50	27.503,70
% DE DESCU. Y COSTO	7,0%	7,0%	7,0%	7,0%	7,0%	7,0%	7,0%	7,0%	7,0%	7,0%	7,0%	7,0%	7,0%
DESCUENTO PROMEDIO EN \$	360,13	192,94	149,97	129,83	109,07	94,67	84,18	77,52	87,47	147,40	192,08	368,73	1.925,20
COSTO PROMEDIO NETO	1.987,38	2.363,31	1.972,91	1.724,82	1.449,13	1.257,73	1.121,02	1.029,88	1.162,03	1.959,51	2.551,92	4.898,78	25.578,44
UTILIDAD BRUTA	2.137,62	1.374,19	1.904,60	935,40	726,87	674,27	600,00	593,12	622,97	1.655,49	1.346,08	2.646,22	13.712,56
% DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	68,4%	35,8%	49,1%	35,5%	22,7%	19,3%	18,3%	19,8%	20,7%	45,8%	35,2%	33,8%	38,1%
CONJUNTOS													
A A 6	26	22	18	22	12	18	2	9	7	18	22	37	224
A A 14	22	18	16	16	10	15	1	7	6	10	18	33	189
TOTAL	48	40	35	48	23	33	3	16	13	28	40	70	413
PRECIO PROMEDIO	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
VENTAS TOTALES EN \$	5.731,00	4.951,00	4.145,00	5.731,00	2.734,20	3.969,00	2.822,10	1.940,00	1.907,60	3.360,00	4.951,00	8.379,00	30.166,00
% COSTO PROMEDIO VENTAS	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%
COSTO PROMEDIO BRUTO EN \$	4.013,10	3.395,70	2.901,78	4.013,10	1.913,54	2.778,30	1.975,48	1.358,28	1.311,32	2.352,00	3.395,70	5.865,30	35.074,20
% DE DESCU. Y COSTO	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%
DESCUENTO PROMEDIO EN \$	223,90	169,29	145,99	208,60	55,81	38,92	98,78	67,91	55,57	117,60	169,79	293,27	1.753,71
COSTO PROMEDIO NETO	3.712,45	3.226,42	2.755,69	3.812,45	1.818,24	2.639,40	1.876,70	1.290,77	1.055,75	2.234,40	3.226,42	5.572,04	33.320,49
UTILIDAD BRUTA	1.990,56	1.624,69	1.389,71	1.920,56	915,96	1.319,60	945,50	690,23	531,85	1.125,60	1.624,69	2.806,97	16.785,51
% DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	34,9%	32,9%	33,5%	33,5%	33,3%	33,3%	33,5%	35,6%	31,3%	33,5%	33,5%	33,5%	33,5%
PANTALONES													
A A 6	22	89	77	74	58	55	50	45	58	66	79	158	940
A A 14	34	79	24	65	34	66	13	35	37	57	50	158	793
TOTAL	176	168	150	142	110	110	63	80	95	123	129	315	1693
PRECIO PROMEDIO	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00
VENTAS TOTALES EN \$	13.240,00	12.600,00	11.241,25	10.611,25	8.268,70	8.250,00	6.375,00	6.800,00	7.807,50	9.225,00	10.395,00	23.625,00	126.948,75
% COSTO PROMEDIO VENTAS	65,0%	65,0%	65,0%	65,0%	65,0%	65,0%	65,0%	65,0%	65,0%	65,0%	65,0%	65,0%	65,0%
COSTO PROMEDIO BRUTO EN \$	8.590,50	8.193,00	7.319,31	6.910,31	5.374,69	5.362,50	4.143,75	4.420,00	5.066,88	5.996,25	6.756,75	15.336,25	82.516,69
% DE DESCU. Y COSTO	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%
DESCUENTO PROMEDIO EN \$	420,98	489,50	365,99	345,52	268,73	208,13	207,19	195,14	230,34	299,81	337,84	707,91	4.125,93
COSTO PROMEDIO NETO	8.169,53	7.703,50	6.953,82	6.564,80	5.105,95	5.094,38	3.936,56	4.225,00	4.736,53	5.696,44	6.418,91	14.538,44	78.390,85
UTILIDAD BRUTA	5.080,47	4.407,00	4.307,43	4.066,48	3.163,00	3.155,63	2.438,24	2.275,00	2.710,97	3.228,56	3.976,09	8.086,56	48.557,90
% DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	38,2%	38,2%	38,2%	38,2%	38,2%	38,2%	38,2%	33,3%	34,7%	35,0%	38,2%	34,2%	38,2%

FALLA DE ORIGEN

EL PEQUEÑO MUNDO DE LA MODA
ORIGNOS (SWEETERS, PANTIS Y S)
DEPARTAMENTO SWEETS

ENE-96 FEB-96 MAR-96 ABR-96 MAY-96 JUN-96 JUL-96 AGO-96 SEP-96 OCT-96 NOV-96 DIC-96 1996 TOTAL

SWEETERS													
* A P	53	47	32	26	21	16	16	16	16	35	47	58	382
* A 10	50	48	37	23	19	11	11	11	13	26	42	75	361
* A 15	55	35	26	16	15	5	5	9	11	25	37	75	314
Totales	158	127	95	65	55	32	32	36	39	76	126	208	1056

PRECIO PROMEDIO	61	61	61	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
VENTAS TOTALES EN \$	9,722,50	8,614,75	5,953,50	4,991,30	3,439,00	1,961,50	1,961,50	2,249,10	2,467,50	8,418,00	7,938,00	11,000,25	66,543,75
* COSTO PROMEDIO VENTAS	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%
COSTO PROMEDIO BRUTO EN \$	6,945,75	6,031,74	4,167,35	3,497,91	2,407,30	1,369,15	1,369,15	1,574,37	1,727,20	5,892,60	5,556,60	7,701,78	46,580,00
* DE DESC TO COSTO	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%
DESCUENTO PROMEDIO EN \$	347,20	280,50	216,37	143,55	120,39	69,40	69,40	76,72	85,66	189,63	277,83	458,00	2,320,00
COSTO PROMEDIO NETO	6,598,46	5,331,14	3,890,65	2,727,36	2,287,47	1,319,69	1,319,69	1,497,65	1,627,62	5,602,97	5,278,77	7,243,69	44,251,50
UTILIDAD BRUTA	3,224,00	2,405,61	1,994,60	1,373,96	1,151,33	644,81	644,81	751,45	819,93	1,805,01	1,659,23	3,256,56	22,162,16
* DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%

PANTIS													
* A 16	53	31	21	21	21	21	21	15	15	25	37	84	370

PRECIO PROMEDIO	95,00	95,00	95,00	95,00	95,00	95,00	95,00	95,00	95,00	95,00	95,00	95,00	95,00
VENTAS TOTALES EN \$	4,987,50	3,491,25	1,995,00	1,995,00	1,995,00	1,995,00	1,995,00	1,415,00	1,415,00	2,375,00	3,491,25	7,980,00	33,190,00
* COSTO PROMEDIO VENTAS	62,50%	62,50%	62,50%	62,50%	62,50%	62,50%	62,50%	62,50%	62,50%	62,50%	62,50%	62,50%	62,50%
COSTO PROMEDIO BRUTO EN \$	3,127,90	2,182,04	1,246,88	1,246,88	1,246,88	1,246,88	1,246,88	891,63	891,63	1,484,38	2,182,04	4,987,50	21,065,75
* DE DESC TO COSTO	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%	7,50%
DESCUENTO PROMEDIO EN \$	233,70	163,60	91,52	91,52	91,52	91,52	91,52	66,80	66,80	111,33	151,65	374,00	1,647,66
COSTO PROMEDIO NETO	2,894,20	2,018,38	1,155,36	1,155,36	1,155,36	1,155,36	1,155,36	823,83	823,83	1,373,05	2,018,38	4,613,44	20,321,00
UTILIDAD BRUTA	2,104,10	1,472,87	841,64	841,64	841,64	841,64	841,64	601,17	601,17	1,001,95	1,472,87	3,366,56	14,829,91
* DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	42,19%	42,19%	42,19%	42,19%	42,19%	42,19%	42,19%	42,19%	42,19%	42,19%	42,19%	42,19%	42,19%

CILMARRAS													
* A 16	95	75	25	10	0	12	12	12	20	55	60	105	482

PRECIO PROMEDIO	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
VENTAS TOTALES EN \$	14,250,00	11,250,00	3,750,00	1,500,00	0,00	1,800,00	1,800,00	1,800,00	3,000,00	8,250,00	9,000,00	15,750,00	72,240,00
* COSTO PROMEDIO VENTAS	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%	70,0%
COSTO PROMEDIO BRUTO EN \$	9,975,00	7,875,00	2,625,00	1,050,00	0,00	1,260,00	1,260,00	1,260,00	2,100,00	5,775,00	6,300,00	11,025,00	50,580,00
* DE DESC TO COSTO	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%	5,0%
DESCUENTO PROMEDIO EN \$	498,75	393,75	131,25	52,50	0,00	33,00	33,00	33,00	52,50	145,00	165,00	551,25	2,520,40
COSTO PROMEDIO NETO	9,476,25	7,481,25	2,493,75	997,50	0,00	1,227,00	1,227,00	1,227,00	2,047,50	5,630,00	6,135,00	10,473,75	48,059,60
UTILIDAD BRUTA	4,773,75	3,768,75	1,126,25	450,00	0,00	573,00	573,00	573,00	852,50	2,475,00	2,665,00	5,276,25	24,380,40
* DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%

FALLA DE ORIGEN

EL PEQUEÑO MUNDO DE LA MODA
PROYECTO DE VENTAS (UNIDADES Y M.)
DEPARTAMENTO NIÑOS

	ENE-96	FEB-96	MAR-96	ABR-96	MAY-96	JUN-96	JUL-96	AGO-96	SEP-96	OCT-96	NOV-96	DIC-96	1996
													TOTAL
SACOS													
4A 16	20	15	16	11	11	53	1	16	11	18	21	53	253
PRECIO PROMEDIO	155,00	155,00	155,00	155,00	155,00	155,00	155,00	155,00	155,00	155,00	155,00	155,00	155,00
VENTAS TOTALES EN \$	3.100,00	2.325,00	2.481,25	1.627,50	1.627,50	8.137,50	1.627,50	2.441,25	1.627,50	2.790,00	3.255,00	8.137,50	50.137,50
% COSTO PROMEDIO S VENTAS	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%
COSTO PROMEDIO BRUTO EN \$	2.015,00	1.511,25	1.566,81	1.057,38	1.057,38	5.289,38	1.057,88	1.586,81	1.057,88	1.813,50	2.115,75	5.289,38	25.493,28
% DE DESCU. S COSTO	7,00%	7,00%	7,20%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%
DESCUENTO PROMEDIO EN \$	141,65	105,79	111,08	74,05	74,05	370,26	74,05	111,65	74,05	126,95	148,10	370,26	1.780,76
COSTO PROMEDIO NETO	1.873,35	1.405,46	1.455,74	983,32	983,32	4.919,12	983,12	1.475,16	983,82	1.686,55	1.967,65	4.919,12	23.682,62
UTILIDAD BRUTA	1.226,65	919,54	1.025,51	544,18	544,18	2.718,38	544,68	965,33	543,68	1.103,45	1.287,35	5.218,38	15.478,88
% DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	39,55%	39,55%	39,55%	39,55%	39,55%	39,55%	39,55%	39,55%	39,55%	39,55%	39,55%	39,55%	39,55%
CAMISAS													
4A 16	63	47	47	42	42	53	47	47	53	53	58	105	650
PRECIO PROMEDIO	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00	55,00
VENTAS TOTALES EN \$	3.465,00	2.585,25	2.585,25	2.310,00	2.310,00	2.907,50	2.585,25	2.585,25	2.907,50	2.907,50	3.176,25	5.775,00	36.003,75
% COSTO PROMEDIO S VENTAS	68,00%	68,00%	68,00%	68,00%	68,00%	68,00%	68,00%	68,00%	68,00%	68,00%	68,00%	68,00%	68,00%
COSTO PROMEDIO BRUTO EN \$	2.356,20	1.767,15	1.767,15	1.570,00	1.570,00	1.963,50	1.767,15	1.767,15	1.963,50	1.963,50	2.159,85	3.927,00	24.432,75
% DE DESCU. S COSTO	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
DESCUENTO PROMEDIO EN \$	117,81	88,36	88,36	78,54	78,54	98,18	88,36	88,36	88,36	98,18	107,95	198,35	1.227,19
COSTO PROMEDIO NETO	2.238,39	1.678,79	1.678,79	1.491,20	1.491,20	1.865,32	1.678,79	1.678,79	1.865,32	1.865,32	2.051,86	3.728,65	23.316,56
UTILIDAD BRUTA	1.226,65	919,54	919,54	818,74	818,74	1.022,18	919,54	919,54	1.022,18	1.022,18	1.124,39	2.046,35	12.777,19
% DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	35,40%	35,40%	35,40%	35,40%	35,40%	35,40%	35,40%	35,40%	35,40%	35,40%	35,40%	35,40%	35,40%
TRAJES													
4A 16	47	26	16	11	8	17	19	13	19	15	12	68	310
PRECIO PROMEDIO	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00
VENTAS TOTALES EN \$	8.225,00	4.575,00	2.762,50	1.927,50	1.395,00	2.972,50	3.225,00	2.275,00	3.225,00	2.625,00	2.100,00	11.962,50	64.252,50
% COSTO PROMEDIO S VENTAS	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%
COSTO PROMEDIO BRUTO EN \$	5.346,25	2.973,75	1.796,25	1.251,25	906,25	1.981,25	2.098,12	1.478,12	2.098,12	1.706,25	1.368,12	7.763,44	35.268,12
% DE DESCU. S COSTO	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
DESCUENTO PROMEDIO EN \$	268,73	149,30	89,59	67,22	47,78	209,22	107,43	85,31	107,43	85,31	179,16	388,17	1.763,41
COSTO PROMEDIO NETO	5.077,52	2.824,45	1.706,66	1.184,03	858,47	1.772,03	1.990,69	1.392,81	1.990,69	1.620,94	1.188,97	7.375,27	33.504,71
UTILIDAD BRUTA	2.948,75	1.601,25	1.066,25	726,25	518,75	991,25	1.126,88	882,88	1.126,88	908,75	711,03	4.587,23	28.747,79
% DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	35,25%	35,25%	35,25%	35,25%	35,25%	35,25%	35,25%	35,25%	35,25%	35,25%	35,25%	35,25%	35,25%
IMPTE TOTAL DEP. NIÑOS	60.081,75	53.664,00	37.778,40	32.385,00	26.016,25	36.531,75	24.232,65	22.241,50	25.155,10	39.990,50	61.839,00	102.202,50	519.769,50
COSTO PROMEDIO BRUTO EN \$	46.883,93	36.275,04	28.420,34	21.268,90	15.747,24	24.223,91	16.195,79	14.877,89	16.842,89	16.990,48	34.793,81	68.643,14	349.463,20
DESCUENTO PROMEDIO EN \$	2.538,18	1.951,65	1.374,20	1.177,87	920,86	1.975,20	889,24	820,04	1.465,04	1.891,44	3.767,08	19.081,24	15.081,24
COSTO PROMEDIO NETO	44.345,75	34.323,39	27.046,14	20.091,03	15.826,38	22.248,71	15.306,55	14.057,84	15.377,84	15.099,04	31.026,73	64.871,16	330.381,97
UTILIDAD BRUTA	24.936,00	19.340,61	13.732,26	11.796,07	8.109,87	13.082,04	8.923,12	8.183,66	9.227,88	14.415,07	18.636,63	37.328,34	189.387,47
% DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	36,10%	36,10%	36,35%	36,42%	36,74%	37,40%	39,82%	36,70%	36,60%	36,09%	36,16%	36,52%	36,44%

FALLA DE ORIGEN

EL PEQUEÑO MUNDO DE LA MODA

PRONOSTICO DE VENTAS

1995-1996

DEPARTAMENTO DE NIÑAS

EL PERIODO MEDIO DE LA MUESTRA
PROYECTADO DE VENTAS (UNIDADES Y USD)
DEPARTAMENTO DE NIÑAS

	ENE-96	FEB-96	MAR-96	ABR-96	MAY-96	JUN-96	JUL-96	AGO-96	SEP-96	OCT-96	NOV-96	DIC-96	TOTAL
1996													
PLUMAS													
unidades													
4 A 6	35	25	20	17	16	12	12	10	10	15	20	50	242
8 A 14	30	24	22	15	13	10	10	9	9	10	25	45	222
totales	65	49	42	32	29	22	22	19	19	25	45	95	464
NS													
PROYECTO FROBADERO	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00
VENTAS TOTALES DE NS	4.328,00	3.185,00	2.730,00	1.900,00	1.805,00	1.430,00	1.430,00	1.335,00	1.235,00	1.625,00	2.970,00	6.170,00	38.160,00
% COSTO PRO-MEDIO A VENTAS	60,00%	60,00%	60,00%	60,00%	60,00%	60,00%	60,00%	60,00%	60,00%	60,00%	60,00%	60,00%	60,00%
COSTO PRO-MEDIO BRUTO EN NS	2.610,00	2.165,00	1.850,00	1.143,00	1.121,00	972,00	972,00	899,00	839,00	1.105,00	1.982,00	4.150,00	20.508,00
% DE DESCU TO A COSTO	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
DESCU TO PRO-MEDIO EN NS	133,00	108,20	92,82	30,72	61,00	48,62	48,62	41,99	41,99	55,25	36,45	26,95	1.025,44
COSTO PRO-MEDIO NETO	2.722,35	2.057,51	1.763,90	1.113,68	1.217,71	923,78	923,78	797,81	797,81	1.044,75	1.895,55	4.096,05	19.483,56
UTILIDAD BRUTA	1.495,60	1.127,49	966,43	756,31	667,29	506,22	506,22	437,19	437,19	575,25	1.035,45	2.105,90	18.676,44
% DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	35,00%	35,00%	35,00%	35,00%	35,00%	35,00%	35,00%	35,00%	35,00%	35,00%	35,00%	35,00%	35,00%
COMENTOS													
unidades													
4 A 6	35	25	35	35	31	25	25	20	18	15	44	50	350
8 A 14	30	20	20	15	13	10	10	15	18	12	25	15	310
totales	75	65	65	60	60	55	50	35	36	27	69	65	660
PROYECTO FROBADERO													
unidades													
4 A 6	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
VENTAS TOTALES DE NS	8.230,00	7.190,00	7.190,00	7.000,00	6.600,00	6.600,00	6.500,00	6.350,00	6.300,00	7.970,00	6.950,00	10.250,00	75.460,00
% COSTO PRO-MEDIO A VENTAS	60,00%	60,00%	60,00%	60,00%	60,00%	60,00%	60,00%	60,00%	60,00%	60,00%	60,00%	60,00%	60,00%
COSTO PRO-MEDIO BRUTO EN NS	5.010,00	4.362,00	4.362,00	5.006,14	4.188,00	4.114,00	4.114,00	3.700,00	2.618,00	2.920,00	4.114,00	7.116,00	51.312,80
% DE DESCU TO A COSTO	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%
DESCU TO PRO-MEDIO EN NS	392,70	340,34	340,34	345,05	314,16	287,58	261,80	183,20	160,50	141,37	257,50	497,42	3.591,90
COSTO PRO-MEDIO NETO	5.217,30	4.521,66	4.521,66	4.741,45	4.173,84	4.326,02	4.176,20	2.434,74	2.541,30	1.878,23	3.826,02	6.938,58	47.720,90
UTILIDAD BRUTA	3.013,70	3.528,34	3.428,34	3.799,65	3.416,64	3.218,90	3.218,90	4.015,26	4.458,70	1.091,77	1.223,98	3.841,42	27.739,10
% DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	36,70%	36,70%	36,70%	36,70%	36,70%	36,70%	36,70%	36,70%	36,70%	36,70%	36,70%	36,70%	36,70%
VESTIDOS													
unidades													
4 A 6	125	85	85	85	85	85	85	75	70	60	105	205	1155
8 A 14	100	85	80	75	75	75	75	55	55	45	70	200	805
totales	225	180	165	165	160	160	160	130	115	105	175	405	2160
PROYECTO FROBADERO													
unidades													
4 A 6	115,00	115,00	115,00	115,00	115,00	115,00	115,00	115,00	115,00	115,00	115,00	115,00	115,00
VENTAS TOTALES DE NS	25.975,00	24.700,00	18.975,00	18.975,00	18.400,00	18.400,00	18.400,00	16.950,00	16.950,00	13.225,00	11.875,00	24.125,00	124.100,00
% COSTO PRO-MEDIO A VENTAS	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%
COSTO PRO-MEDIO BRUTO EN NS	18.112,50	14.490,00	13.282,50	13.282,50	12.880,00	12.880,00	12.880,00	10.465,00	9.257,50	8.452,50	14.107,50	32.230,00	122.270,00
% DE DESCU TO A COSTO	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%
DESCU TO PRO-MEDIO EN NS	1.267,88	1.014,30	929,78	929,78	901,60	901,60	901,60	732,55	648,03	591,68	986,13	2.254,00	12.058,90
COSTO PRO-MEDIO NETO	16.844,62	13.475,70	12.352,72	12.352,72	11.978,40	11.978,40	11.978,40	9.732,45	8.609,47	7.860,82	13.161,37	29.976,00	110.211,10
UTILIDAD BRUTA	9.013,70	7.234,30	6.622,28	6.622,28	6.421,60	6.421,60	6.421,60	5.717,55	6.915,53	4.214,18	7.613,63	14.849,00	85.829,00
% DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	34,80%	34,90%	34,90%	34,90%	34,90%	34,90%	34,90%	34,90%	34,90%	34,90%	34,90%	34,90%	34,90%

FALLA DE ORIGEN

EL PEQUEÑO MUNDO DE LA MODA
 MODA Y ACCESORIOS PARA DAMAS Y NIÑAS
 DEPARTAMENTO DE NIÑAS

	ENE-85	FEB-85	MAR-85	ABR-85	MAY-85	JUN-85	JUL-85	AGO-85	SEP-85	OCT-85	NOV-85	DIC-85	1985
SWETERS													
4 A 6	30	28	22	18	10	10	15	12	15	20	25	50	238
8 A 10	25	25	18	14	8	8	10	10	12	15	20	45	210
12 A 16	20	20	15	10	5	5	5	9	10	10	15	40	164
TOTALES	75	73	55	42	23	23	30	34	37	45	60	135	612
PRECIO PROMEDIO	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
VENTAS TOTALES EN \$	5,250.00	5,110.00	3,850.00	2,940.00	1,610.00	1,610.00	2,100.00	2,380.00	2,595.00	3,150.00	4,200.00	9,450.00	44,260.00
COSTO PROMEDIO VENTAS	20.00%	20.00%	20.00%	20.00%	20.00%	20.00%	20.00%	20.00%	20.00%	20.00%	20.00%	20.00%	20.00%
COSTO PROMEDIO VENTAS EN \$	1,050.00	1,022.00	770.00	588.00	322.00	322.00	420.00	476.00	519.00	630.00	840.00	1,890.00	8,852.00
COSTO PROMEDIO BRUTO EN \$	3,650.00	3,577.00	2,679.00	2,088.00	1,127.00	1,127.00	1,470.00	1,660.00	1,810.00	2,265.00	2,940.00	6,615.00	30,968.00
% DE DESTIPE SUO COSTO	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%
DESTIPE PROMEDIO EN \$	367.50	357.70	269.50	208.80	112.70	112.70	147.00	166.00	181.00	226.50	294.00	661.50	3,096.80
COSTO PROMEDIO NETO	3,082.50	3,219.30	2,425.50	1,882.20	1,014.30	1,014.30	1,323.00	1,494.00	1,631.70	1,984.50	2,646.00	5,953.50	27,871.20
UTILIDAD BRUTA	1,942.50	1,890.70	1,424.50	1,062.20	595.70	595.70	777.00	886.00	953.30	1,165.50	1,554.00	3,496.50	16,368.00
% DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	37.00%	37.00%	37.00%	37.00%	37.00%	37.00%	37.00%	37.00%	37.00%	37.00%	37.00%	37.00%	37.00%
PANTS													
4 A 6	30	25	15	17	12	12	12	12	12	12	20	50	220
PRECIO PROMEDIO	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00
VENTAS TOTALES EN \$	2,700.00	2,250.00	1,350.00	1,530.00	1,080.00	1,080.00	1,080.00	1,080.00	1,080.00	1,080.00	1,800.00	4,500.00	20,418.00
COSTO PROMEDIO VENTAS	20.00%	20.00%	20.00%	20.00%	20.00%	20.00%	20.00%	20.00%	20.00%	20.00%	20.00%	20.00%	20.00%
COSTO PROMEDIO VENTAS EN \$	540.00	450.00	270.00	306.00	216.00	216.00	216.00	216.00	216.00	216.00	360.00	900.00	4,083.60
COSTO PROMEDIO BRUTO EN \$	1,800.00	1,575.00	945.00	1,074.00	764.00	764.00	764.00	764.00	764.00	764.00	1,290.00	3,150.00	14,472.00
% DE DESTIPE SUO COSTO	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%
DESTIPE PROMEDIO EN \$	91.50	78.75	47.25	53.70	38.20	38.20	38.20	38.20	38.20	38.20	64.50	157.50	721.35
COSTO PROMEDIO NETO	1,708.50	1,496.25	897.75	1,020.30	725.80	725.80	725.80	725.80	725.80	725.80	1,225.50	2,992.50	13,750.65
UTILIDAD BRUTA	994.50	753.75	452.25	513.70	364.20	364.20	364.20	364.20	364.20	364.20	607.50	1,507.50	6,984.36
% DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	35.50%	35.50%	35.50%	35.50%	35.50%	35.50%	35.50%	35.50%	35.50%	35.50%	35.50%	35.50%	35.50%
CHAMARRAS													
4 A 16	30	20	15	10	8	6	8	8	10	12	20	50	197
PRECIO PROMEDIO	155.00	155.00	155.00	155.00	155.00	155.00	155.00	155.00	155.00	155.00	155.00	155.00	155.00
VENTAS TOTALES EN \$	4,650.00	3,100.00	2,325.00	1,550.00	1,240.00	930.00	1,240.00	1,240.00	1,550.00	1,860.00	3,100.00	7,700.00	30,538.00
COSTO PROMEDIO VENTAS	20.00%	20.00%	20.00%	20.00%	20.00%	20.00%	20.00%	20.00%	20.00%	20.00%	20.00%	20.00%	20.00%
COSTO PROMEDIO VENTAS EN \$	930.00	620.00	465.00	310.00	248.00	186.00	248.00	248.00	310.00	372.00	620.00	1,540.00	6,107.60
COSTO PROMEDIO BRUTO EN \$	3,255.00	2,170.00	1,627.50	1,080.00	864.00	654.00	864.00	864.00	1,080.00	1,302.00	2,170.00	5,425.00	21,374.50
% DE DESTIPE SUO COSTO	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%
DESTIPE PROMEDIO EN \$	162.75	108.50	81.38	54.00	43.20	32.70	43.20	43.20	54.00	65.10	108.50	271.25	1,068.73
COSTO PROMEDIO NETO	3,092.25	2,061.50	1,546.12	1,026.00	820.80	621.30	820.80	820.80	1,030.50	1,236.90	2,061.50	5,153.75	20,305.77
UTILIDAD BRUTA	1,557.75	1,030.50	778.50	513.70	412.00	314.00	412.00	412.00	513.75	627.10	1,038.50	2,596.25	10,232.33
% DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	33.50%	33.50%	33.50%	33.50%	33.50%	33.50%	33.50%	33.50%	33.50%	33.50%	33.50%	33.50%	33.50%

FALLA DE ORIGEN

EL PEQUEÑO MUNDO DE LA MODA
PROMOTORIA DE UNIDADES Y M/D
DEPARTAMENTO DE UNIDAS

	ENE-96	FEB-96	MAR-96	ABR-96	MAY-96	JUN-96	JUL-96	AGO-96	SEP-96	OCT-96	NOV-96	DIC-96	1996 TOTAL
ABRIGOS													
4 A 16	30	20	15	10	9	6	5	5	10	12	25	50	197
PRECIO PROMEDIO *	139,00	130,00	130,00	130,00	137,00	130,00	130,00	130,00	130,00	130,00	130,00	130,00	130,00
VENTAS TOTALES EN \$	1.500,00	2.600,00	1.500,00	1.300,00	1.170,00	780,00	650,00	650,00	1.300,00	1.560,00	3.250,00	6.500,00	25.610,00
% COSTO PROMEDIO VENTAS	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%
COSTO PROMEDIO PRODUCTOS	2.330,00	1820,00	1.365,00	910,00	819,00	540,00	455,00	455,00	910,00	1.092,00	2.275,00	1.590,00	17.027,00
% DE DESCUENTO COSTO	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
DESCUENTO PROMEDIO EN \$	136,50	91,00	68,25	45,50	41,95	27,30	22,75	22,75	45,50	54,60	112,75	227,50	896,35
COSTO PROMEDIO NETO	2.593,50	1.729,00	1.296,75	864,50	760,05	518,70	432,25	432,25	864,50	1.037,40	2.162,25	1.422,50	17.093,65
UTILIDAD BRUTA	1.368,00	871,00	663,25	435,00	391,20	261,30	217,25	217,25	435,00	622,60	1.087,75	2.172,50	8.679,35
% DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%
BLUSAS													
4 A 16	30	20	15	15	15	15	15	15	15	15	30	60	250
PRECIO PROMEDIO *	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
VENTAS TOTALES EN \$	1.500,00	1.000,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00	1.500,00	3.000,00	13.000,00
% COSTO PROMEDIO VENTAS	72,00%	72,00%	72,00%	72,00%	72,00%	72,00%	72,00%	72,00%	72,00%	72,00%	72,00%	72,00%	72,00%
COSTO PROMEDIO PRODUCTOS	1.080,00	720,00	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00	540,00	1.080,00	2.160,00	9.360,00
% DE DESCUENTO COSTO	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%
DESCUENTO PROMEDIO EN \$	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	635,20
COSTO PROMEDIO NETO	1.045,00	685,00	505,00	505,00	505,00	505,00	505,00	505,00	505,00	505,00	1.045,00	2.025,00	8.724,80
UTILIDAD BRUTA	455,00	315,00	245,00	245,00	245,00	245,00	245,00	245,00	245,00	245,00	455,00	910,00	4.275,20
% DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	33,00%	33,00%	33,00%	33,00%	33,00%	33,00%	33,00%	33,00%	33,00%	33,00%	33,00%	33,00%	33,00%
SHORTS													
4 A 16	30	25	20	20	20	20	20	25	25	15	15	35	270
PRECIO PROMEDIO *	45,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00
VENTAS TOTALES EN \$	1.350,00	1.000,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	1.000,00	1.000,00	600,00	600,00	1.400,00	18.250,00
% COSTO PROMEDIO VENTAS	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%
COSTO PROMEDIO PRODUCTOS	945,00	700,00	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00	700,00	700,00	420,00	420,00	980,00	7.665,00
% DE DESCUENTO COSTO	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
DESCUENTO PROMEDIO EN \$	17,25	17,50	28,00	28,00	28,00	28,00	28,00	35,00	35,00	21,00	21,00	35,00	321,25
COSTO PROMEDIO NETO	897,75	682,50	532,00	532,00	532,00	532,00	532,00	665,00	665,00	399,00	399,00	931,00	7.283,75
UTILIDAD BRUTA	452,25	317,50	268,00	268,00	268,00	268,00	268,00	335,00	335,00	201,00	201,00	469,00	3.666,25
% DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%
IMPORTE TOTAL DE UNIDADES													
COSTO PROMEDIO PRODUCTOS	40.179,50	32.079,80	27.733,40	26.807,30	23.319,80	22.146,40	22.241,40	18.907,80	18.594,10	17.871,10	30.335,50	66.385,00	346.813,10
DESCUENTO PROMEDIO EN \$	2.600,33	2.184,28	1.895,11	1.781,44	1.890,50	1.514,35	1.526,77	1.811,15	1.270,16	1.225,10	2.049,41	4.479,32	23.077,91
COSTO PROMEDIO NETO	37.402,18	29.895,52	25.838,29	24.225,86	21.719,30	20.632,05	20.714,63	17.096,65	17.323,94	16.645,90	28.286,10	61.905,68	322.335,19
UTILIDAD BRUTA	20.217,82	16.189,48	14.601,71	13.179,14	11.795,50	11.197,95	11.217,17	9.828,15	9.266,96	9.043,00	18.203,91	31.319,32	174.549,81
% DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	38,04%	35,14%	35,21%	35,23%	35,17%	35,19%	35,17%	35,11%	35,09%	35,07%	35,06%	34,99%	35,10%

FALLA DE ORIGEN

EL PROBLEMA MUNDO DE LA MODA
 PROMOCIÓN DE VENTAS CUALES Y MÁS
 DEPARTAMENTO DE VENTAS

	ENE-96	FEB-96	MAR-96	ABR-96	MAY-96	JUN-96	JUL-96	AGO-96	SEP-96	OCT-96	NOV-96	DIC-96	1996 TOTAL
PIJAMAS													
4 A 6	37	26	21	18	17	13	13	11	11	16	21	53	254
8 A 14	32	25	23	16	14	11	11	9	9	11	26	47	233
totales	69,35	51,45	44,1	33,6	30,45	23,1	23,1	19,95	19,95	26,25	47,25	99,75	487,3
PRECIO PROMEDIO													
	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00
VENTAS TOTALES EN \$													
	4.777,50	3.601,50	3.087,00	2.352,00	2.131,50	1.617,00	1.617,00	1.396,00	1.396,00	1.107,50	1.347,50	6.902,50	34.169,00
% COSTO PROMEDIO SOBRE VENTAS													
	68,00%	68,00%	68,00%	68,00%	68,00%	68,00%	68,00%	68,00%	68,00%	68,00%	68,00%	68,00%	68,00%
COSTO PROMEDIO PROMOCION EN \$													
	1.248,70	2.449,02	2.099,16	1.599,36	1.449,42	1.099,50	1.099,50	949,62	949,62	1.229,50	2.219,10	4.708,10	23.190,27
% DE DESP. TO STOCK													
	5,80%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
DESP. ENT. PROMOCION EN \$													
	162,44	122,43	104,96	79,97	72,47	54,00	54,00	47,48	47,48	62,48	112,45	237,41	1.139,50
COSTO PROMEDIO NETO													
	1.086,25	2.326,57	1.994,20	1.519,39	1.376,95	1.044,50	1.044,50	902,14	902,14	1.167,03	2.106,65	4.510,70	22.031,18
UTILIDAD BRUTA													
	1.691,24	1.274,93	1.092,80	852,61	784,59	572,41	572,41	494,36	494,36	340,48	1.180,85	2.471,80	12.975,82
% DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS													
	35,40%	35,40%	35,40%	35,40%	35,40%	35,40%	35,40%	35,40%	35,40%	35,40%	35,40%	35,40%	35,40%
CONJUNTOS													
4 A 6	47	42	37	37	32	29	29	21	19	25	32	53	396
8 A 14	32	26	12	13	32	32	32	10	19	20	26	47	341
totales	79	68	49	71	63	58	58	37	38	45	58	100	737
PRECIO PROMEDIO													
	115	115	115	115	115	115	115	115	115	115	115	115	115
VENTAS TOTALES EN \$													
	9.054,25	7.948,75	7.948,75	8.211,00	7.245,00	6.641,25	6.037,50	4.226,25	4.347,00	5.175,00	6.641,25	11.471,25	64.749,25
% COSTO PROMEDIO SOBRE VENTAS													
	68,00%	68,00%	68,00%	68,00%	68,00%	68,00%	68,00%	68,00%	68,00%	68,00%	68,00%	68,00%	68,00%
COSTO PROMEDIO PROMOCION EN \$													
	6.158,25	5.337,15	5.337,15	5.583,48	4.916,63	4.105,50	4.105,50	3.288,38	3.288,38	3.193,00	4.516,65	7.804,45	37.629,45
% DE DESP. TO STOCK													
	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%
DESP. ENT. PROMOCION EN \$													
	411,08	3.160	3.733,00	3.003,41	3.111,80	3.161,25	26.749	20.117	20.652	2.963,31	6.162,18	5.862,03	4.034,06
COSTO PROMEDIO NETO													
	5.727,17	4.963,55	4.963,55	5.192,61	4.581,74	4.159,25	3.818,11	2.672,68	2.799,44	3.226,67	4.199,91	7.254,52	35.595,49
UTILIDAD BRUTA													
	2.826,99	2.985,20	2.985,20	3.018,36	2.668,25	2.441,22	2.219,29	1.553,57	1.597,56	1.902,33	2.441,33	4.216,73	31.153,81
% DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS													
	36,76%	36,76%	36,76%	36,76%	36,76%	36,76%	36,76%	36,76%	36,76%	36,76%	36,76%	36,76%	36,76%
VESTIDOS													
4 A 6	141	109	89	89	89	89	89	59	54	55	110	210	1225
8 A 14	165	89	81	81	81	79	79	58	47	50	71	210	1031
totales	306	199	170	170	168	168	168	117	101	105	181	420	2256
PRECIO PROMEDIO													
	115,00	115,00	115,00	115,00	115,00	115,00	115,00	115,00	115,00	115,00	115,00	115,00	115,00
VENTAS TOTALES EN \$													
	37.144,75	21.725,00	19.923,75	19.923,75	19.370,00	19.320,00	19.320,00	15.097,50	13.802,25	14.378,00	21.121,25	46.306,00	246.186,25
% COSTO PROMEDIO SOBRE VENTAS													
	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%
COSTO PROMEDIO PROMOCION EN \$													
	19.018,13	15.211,50	13.916,63	13.916,63	13.523,00	13.523,00	13.523,00	10.968,25	9.720,38	10.462,50	14.730,88	33.810,00	182.018,00
% DE DESP. TO STOCK													
	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%
DESP. ENT. PROMOCION EN \$													
	1.331,27	1.665,02	976,26	976,26	946,68	946,68	946,68	769,18	680,43	764,33	1.035,34	2.366,70	12.744,96
COSTO PROMEDIO NETO													
	17.686,86	14.149,49	12.940,36	12.940,36	12.576,32	12.576,32	12.576,32	10.219,07	9.039,95	9.708,17	13.756,41	31.443,31	169.325,91
UTILIDAD BRUTA													
	8.691,89	7.585,52	6.987,19	6.987,19	6.747,00	6.747,00	6.747,00	4.878,43	4.846,36	5.915,50	7.374,81	14.856,79	98.775,34
% DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS													
	23,50%	34,90%	34,90%	34,90%	34,90%	34,90%	34,90%	34,90%	34,90%	34,90%	34,90%	34,90%	34,90%

FALLA DE ORIGEN

EL PERU EN EL MUNDO DE LA ROPA
MONEDAS DE VENTA (L. 28415 Y 28416)
DEPARTAMENTO DE LLENAS

	ENE-86	FEB-86	MAR-86	ABR-86	MAY-86	JUN-86	JUL-86	AGO-86	SEP-86	OCT-86	NOV-86	DIC-86	TOTAL
SWEETERS													
4 A 6	32	29	23	19	11	11	16	16	16	21	30	53	279
8 A 10	26	26	19	15	8	8	11	11	13	18	30	47	242
12 A 16	21	21	16	11	5	5	5	9	11	15	35	42	196
total	79	77	58	44	24	24	32	36	39	54	105	142	717
PRECIO PROMEDIO	75	78	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
VENTAS TOTALES EN S/	5,906,218	5,748,725	4,331,258	3,307,900	1,841,250	1,814,250	2,362,500	2,677,500	2,913,750	4,050,000	7,975,000	10,633,250	40,236,250
% COSTO PROMEDIO S VENTAS	70.0%	70.0%	70.0%	70.0%	70.0%	70.0%	70.0%	70.0%	70.0%	70.0%	70.0%	70.0%	70.0%
COSTO PROMEDIO PRODUCTOS EN S/	4134.38	4124.12	3031.88	2315.25	1267.50	1267.50	1653.75	1874.25	2139.63	2811.00	5312.50	7441.88	37,396.38
% DE DESCUENTO S VESTIDO	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%
DESCUENTO PROMEDIO EN S/	413.44	412.41	303.19	231.53	126.75	126.75	165.38	187.43	213.96	281.10	531.25	744.19	3739.64
COSTO PROMEDIO NETO	4720.94	3621.71	2728.69	2083.73	1141.00	1141.00	1488.38	1686.83	1925.66	2530.50	4881.25	6697.69	33,656.74
UTILIDAD BRUTA	2,189,311	2,127,804	1,602,568	1,213,700	674,116	674,116	874,133	990,667	1,078,083	1,495,500	2,913,750	3,935,561	19,767,750
% DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	37.06%	37.06%	37.06%	37.06%	37.06%	37.06%	37.06%	37.06%	37.06%	37.06%	37.06%	37.06%	37.06%
PANTS													
4 A 6	32	26	16	18	13	13	13	13	13	30	35	53	212
PRECIO PROMEDIO	95.00	95.00	95.00	95.00	95.00	95.00	95.00	95.00	95.00	95.00	95.00	95.00	95.00
VENTAS TOTALES EN S/	2,995.00	2,493.76	1,496.25	1,698.75	1,197.00	1,197.00	1,197.00	1,197.00	1,197.00	2,890.00	3,324.00	4,987.00	25,025.76
% COSTO PROMEDIO S VENTAS	70.0%	70.0%	70.0%	70.0%	70.0%	70.0%	70.0%	70.0%	70.0%	70.0%	70.0%	70.0%	70.0%
COSTO PROMEDIO PRODUCTOS EN S/	2164.75	1745.62	1043.37	1187.01	837.00	837.00	837.00	837.00	837.00	1991.00	2327.50	3491.25	18,078.03
% DE DESCUENTO S VESTIDO	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%
DESCUENTO PROMEDIO EN S/	104.74	87.28	52.17	59.35	41.85	41.85	41.85	41.85	41.85	113.00	116.38	174.50	903.90
COSTO PROMEDIO NETO	1590.01	1658.34	991.20	1127.67	795.15	795.15	795.15	795.15	795.15	1878.25	2211.13	3316.69	17,174.13
UTILIDAD BRUTA	1,003.25	848.14	502.95	511.74	401.00	401.00	401.00	401.00	401.00	954.75	1,112.87	1,670.31	6,950.63
% DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	33.50%	33.50%	33.50%	33.50%	33.50%	33.50%	33.50%	33.50%	33.50%	33.50%	33.50%	33.50%	33.50%
CUAMARRAS													
4 A 6	32	21	16	11	8	8	8	8	11	18	21	53	212
PRECIO PROMEDIO	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00	160.00
VENTAS TOTALES EN S/	5,120.00	3,360.00	2,520.00	1,680.00	1,280.00	1,280.00	1,280.00	1,280.00	1,760.00	2,880.00	3,360.00	8,400.00	33,960.00
% COSTO PROMEDIO S VENTAS	70.0%	70.0%	70.0%	70.0%	70.0%	70.0%	70.0%	70.0%	70.0%	70.0%	70.0%	70.0%	70.0%
COSTO PROMEDIO PRODUCTOS EN S/	3528.00	2352.00	1764.00	1176.00	912.00	912.00	912.00	912.00	1176.00	2016.00	2352.00	5880.00	23,772.00
% DE DESCUENTO S VESTIDO	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%
DESCUENTO PROMEDIO EN S/	176.40	117.60	88.20	58.80	45.60	45.60	45.60	45.60	58.80	109.80	117.60	294.00	1188.00
COSTO PROMEDIO NETO	3351.60	2234.40	1675.80	1117.20	866.40	866.40	866.40	866.40	1117.20	1906.20	2234.40	5586.00	22,584.00
UTILIDAD BRUTA	1,692.00	1,128.00	844.20	504.00	428.00	428.00	428.00	428.00	643.80	864.00	1,125.60	2,814.00	11,788.00
% DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	33.50%	33.50%	33.50%	33.50%	33.50%	33.50%	33.50%	33.50%	33.50%	33.50%	33.50%	33.50%	33.50%

FALLA DE ORIGEN

EL PERU EN EL MUNDO DE LA MODA
 PROMOCION DE VENTAS (LINDAS Y S.A.)
 DEPARTAMENTO DE VENTAS

	ENE-96	FEB-96	MAR-96	ABR-96	MAY-96	JUN-96	JUL-96	AGO-96	SEP-96	OCT-96	NOV-96	DIC-96	1996 TOTAL
ABRIGOS													
4 A 16	32	21	16	11	9	6	5	5	11	18	26	53	212
PRECIO PROMEDIO	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00
VENTAS TOTALES EN S/	4.410,00	2.940,00	2.205,00	1.570,00	1.233,00	852,00	730,00	735,00	1.470,00	2.420,00	3.670,00	7.160,00	24.710,00
* COSTO PROMEDIO VENTAS	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%
COSTO PROMEDIO PRODUCTOS EN S/	1.087,50	2.058,00	1.543,50	1.129,00	926,10	617,30	514,50	519,00	1.029,00	1.764,00	2.572,50	5.145,00	20.800,50
* DE DESCU TO COSTO	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
DESCU EN TO PROMEDIO EN S/	154,25	102,90	77,13	51,45	46,31	29,73	25,73	25,73	51,45	88,20	128,62	257,25	1.040,03
COSTO PROMEDIO NETO	2.942,65	1.955,10	1.466,32	1.077,55	879,80	587,57	488,78	488,78	977,55	1.675,80	2.443,88	4.887,75	19.760,48
UTILIDAD BRUTA	1.477,35	984,90	738,68	492,45	443,21	295,47	246,23	246,23	492,45	844,20	1.226,12	2.462,25	5.949,52
* DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%
BLUSAS													
4 A 16	32	21	16	16	16	16	16	16	16	22	32	63	279
PRECIO PROMEDIO	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
VENTAS TOTALES EN S/	1.575,00	1.050,00	787,50	787,50	787,50	787,50	787,50	787,50	787,50	1.104,00	1.575,00	3.150,00	11.902,50
* COSTO PROMEDIO VENTAS	72,00%	72,00%	72,00%	72,00%	72,00%	72,00%	72,00%	72,00%	72,00%	72,00%	72,00%	72,00%	72,00%
COSTO PROMEDIO PRODUCTOS EN S/	1.134,00	759,00	567,00	567,00	567,00	567,00	567,00	567,00	567,00	792,00	1.134,00	2.268,00	10.053,00
* DE DESCU TO COSTO	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%
DESCU EN TO PROMEDIO EN S/	70,38	52,92	39,60	39,60	39,60	39,60	39,60	39,60	39,60	55,44	79,38	158,76	703,71
COSTO PROMEDIO NETO	1.063,62	706,08	527,40	527,40	527,40	527,40	527,40	527,40	527,40	736,56	1.056,62	2.109,24	9.349,29
UTILIDAD BRUTA	511,40	344,00	260,10	260,10	260,10	260,10	260,10	260,10	260,10	367,44	518,38	1.040,76	4.613,21
* DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	33,00%	33,00%	33,00%	33,00%	33,00%	33,00%	33,00%	33,00%	33,00%	33,00%	33,00%	33,00%	33,00%
SHORTS													
4 A 16	32	26	21	21	21	21	21	26	20	16	16	37	284
PRECIO PROMEDIO	47,00	47,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00
VENTAS TOTALES EN S/	1.506,00	1.092,00	840,00	840,00	840,00	840,00	840,00	1.008,00	1.008,00	630,00	630,00	1.470,00	11.540,00
* COSTO PROMEDIO VENTAS	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%	70,00%
COSTO PROMEDIO PRODUCTOS EN S/	802,00	763,00	588,00	588,00	588,00	588,00	588,00	705,00	705,00	441,00	441,00	1.029,00	7.990,00
* DE DESCU TO COSTO	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
DESCU EN TO PROMEDIO EN S/	44,10	36,75	29,40	29,40	29,40	29,40	29,40	36,75	36,75	22,05	22,05	51,45	396,00
COSTO PROMEDIO NETO	817,90	696,25	558,60	558,60	558,60	558,60	558,60	696,25	696,25	418,95	418,95	977,55	7.594,00
UTILIDAD BRUTA	689,00	357,75	281,40	281,40	281,40	281,40	281,40	281,40	281,40	211,05	211,05	492,45	3.546,00
* DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%	33,50%
IMPTO TOTAL DEFENAS													
COSTO PROMEDIO PRODUCTOS EN S/	43.295,20	34.671,42	29.924,69	27.991,74	25.027,70	23.733,39	23.833,01	20.201,17	20.010,48	24.617,00	35.896,53	71.632,67	286.300,99
DESCU EN TO PROMEDIO EN S/	2.897,19	2.360,93	2.044,94	1.917,29	1.695,13	1.621,70	1.638,17	1.396,35	1.367,37	1.662,92	2.479,29	4.830,35	21.911,54
COSTO PROMEDIO NETO	40.398,01	32.310,49	27.879,74	26.074,45	23.332,56	22.101,69	22.194,84	18.804,82	18.643,11	23.010,08	33.417,24	66.782,32	355.918,45
UTILIDAD BRUTA	21.798,24	17.817,26	15.199,44	14.193,85	13.666,60	12.602,32	12.847,66	10.226,43	10.094,89	12.466,42	18.160,76	34.999,17	193.164,96
* DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	35,00%	35,16%	35,22%	35,25%	35,19%	35,19%	35,19%	35,13%	35,10%	35,03%	35,14%	35,00%	35,33%

FALLA DE ORIGEN

CAPITULO 3.- PRESUPUESTO DE INVERSIONES Y GASTOS.**3.1. DETERMINACION DE INVERSIONES****3.1.1. INSTALACIONES DEL LOCAL****3.1.1.1. INSTALACIONES ELECTRICAS**

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
42	LAMPS FLUOR 74 W.	10.00	420.00
28	LAMPS. FLUOR 55 W	11.00	308.00
16	LAMPS FLUOR 38 W.	7.00	112.00
21	LAMPS 21 W.	9.00	189.00
10	CONTACTOS	2.50	25.00
86	BALASTROS	30.00	2,580.00
80	M.L.CABLE	3.00	240.00
1	LOTE MAT. ELECTRICO DIVERSO	282.00	282.00
1	MANO OBRA INSTALACION	1,200.00	1,200.00
		IMPORTE	5,356.00
		IVA 10 %	535.60
		TOTAL	5,891.60

COTIZACION DE "MATERIAL ELECTRICO ROJAS, S.A."

3.1.1.2. INSTALACIONES SANITARIAS

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	WC C/ LAVABO Y ADITAMENTOS	450.00	450.00
1	MANO OBRA E INSTALACION	250.00	250.00
		IMPORTE	700.00
		IVA 10 %	70.00
		TOTAL	770.00

COTIZACION DEL "SURTIDOR DE AYUNTAMIENTO"

3.1.1.3. AIRE ACONDICIONADO

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	UNIDAD MCA. ARTIC CIRCLE MODELO H-110 CON MOTOR DE 1 1/2 HP, CAP.11000 PCM INCLUIDA MANO DE OBRA	6,280.00	6,280.00
		IMPORTE	6,280.00
		IVA 10 %	628.00
		TOTAL	6,908.00

SEGUN COTIZACION DE ARTIC CIRCLE INTERNATIONAL

RFC. ACI-590603-JH8

3.1.1.4. ANUNCIO PUBLICITARIO

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	ANUNCIO EN ACERO INOXIDABLE INCLUYE MANO DE OBRA Y MATERIAL	3,500.00	3,500.00
			0.00
		IMPORTE	3,500.00
		IVA 10 %	350.00
		TOTAL	3,850.00

COTIZACION DE PUBLICIDAD Y ACABADOS PROFESIONALES, S.A. DE C.V.

3.1.1.5 CORTINA METALICA Y DISPOSITIVOS DE SEGURIDAD

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO	TOTAL
1	CORTINA METALICA CON PUERTA	3,500.00	3,500.00
2	CHAPAS DE SEGURIDAD	65.00	130.00
1	MANO OBRA E INSTALAC	1,000.00	1,000.00
		IMPORTE	4,630.00
		IVA 10 %	463.00
		TOTAL	5,093.00

COTIZACION DE "LA MADRILEÑA, S.A. DE C.V."

3.1.1.6. ALFOMBRAS Y PISOS

PRESUPUESTO DE ALFOMBRADO

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
39.5	9.70 M.LINEALES ALF.OLEFINA DE 3.66 DE ANCHO IGUAL A 39.50 M2 INCLUIDA MANO DE OBRA	65.00	2,567.50
		IMPORTE	2,567.50
		IVA 10 %	256.75
		TOTAL	2,824.25

COTIZACION DE CUETO HNOS. Y CIA.

PRESUPUESTO DE PISOS

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
50	M2 DE PISO RECUBIERTO CON LOSETA INTERCERAMIC INCLUIDA LA COLOCACION	110.00	5,500.00
		IMPORTE	5,500.00
		IVA 10 %	550.00
		TOTAL	6,050.00

SEGUN COTIZACION DE JUAN ARTURO IBARRA CABRERA

RFC. IACJ-4901035Y1

3.1.1.7 PINTURA Y RESANE**PRESUPUESTO DE PINTURA DE MARQUESINA Y CORTINAS**

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
20	M2 DE PINTURA DE ESMALTE MARCA COMEX INCLUIDA MANO DE OBRA	40.00	800.00
		IMPORTE	800.00
		IVA 10 %	80.00
		TOTAL	880.00

SEGUN COTIZACION DE JUAN ARTURO IBARRA CABRERA

RFC. IACJ-4901035Y1

PRESUPUESTO DE PINTURA DE LOCAL

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
50	M2 DE PINTURA VINILICA MARCA COMEX INCLUIDA MANO DE OBRA	40.00	2,000.00
		IMPORTE	2,000.00
		IVA 10 %	200.00
		TOTAL	2,200.00

SEGUN COTIZACION DE JUAN ARTURO IBARRA CABRERA

RFC. IACJ-4901035Y1

TOTAL INSTALACIONES DEL LOCAL	31,333.50
IVA 10 %	3,133.35
TOTAL	34,466.85

3.1.2. MOBILIARIO Y EQUIPO**3.1.2.1. MOSTRADORES**

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	MUEBLE CON PANELART	2,500.00	2,500.00
2	BASES DE PANELART	750.00	1,500.00
3	JGO CONECTORES DE ALUMINIO	833.00	2,499.00
4.48	M2 DE CRISTAL DE 6 MM	63.00	282.24
4.48	COLOCACION	21.80	97.66
		IMPORTE	6,878.90
		IVA 10 %	687.89
		TOTAL	7,566.79

(1) ELABORADO SEGUN COTIZACION DE "CARPINTERIA Y DECORACION",
PROPIETARIO MIGUEL JIMENEZ GUEVARA. RFC. JIGM-460929193

3.1.2.2. APARADORES

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
2	APARADORES INCLUYE MANO DE OBRA Y MATERIAL	2,500.00	5,000.00
			0.00
		IMPORTE	5,000.00
		IVA 10 %	500.00
		TOTAL	5,500.00

COTIZACION DE MIGUEL JIMENEZ GUEVARA

3.1.2.3. CAJA REGISTRADORA

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	MAQ. REGISTRADORA DE COMPROBACION FISCAL MOD 2010 MCA. NCR	2,844.18	2,844.18
		IMPORTE	2,844.18
		IVA 10 %	284.42
		TOTAL	3,128.60

SEGUN COTIZACION DE NCR DE MEXICO, S.A DE C.V.

3.1.2.4. ASIENTOS PARA PUBLICO

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
5	ASIENTOS INCLUYE MANO DE OBRA Y MATERIAL	338.00	1,690.00
			0.00
		IMPORTE	1,690.00
		IVA 10 %	169.00
		TOTAL	1,859.00

COTIZACION DE SAMUEL A CASPI

3.1.2.5. PROBADORES

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
2	PROBADORES INCLUIDA MANO DE OBRA	2,200.00	4,400.00
		IMPORTE	4,400.00
		IVA 10 %	440.00
		TOTAL	4,840.00

COTIZACION DE MIGUEL JIMENEZ GUEVARA

TOTAL MOBILIARIO Y EQUIPO	20,813.08
IVA 10 %	2,081.31
TOTAL	22,894.39

3.1.3. MATERIAL DE EXHIBICION Y ALMACENAJE**3.1.3.1. MANIQUIES**

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
2	MANIQUIS BEBES	250.00	500.00
5	PANTALONERA	90.00	450.00
2	MANIQUES NIÑA	400.00	800.00
2	MANIQUÍ VOLADOR	150.00	300.00
2	MANIQUI NIÑO	400.00	800.00
4	BUSTO	290.00	1,160.00
		IMPORTE	4,010.00
		IVA 10 %	401.00
		TOTAL	4,411.00

COTIZACION DE NEOYORKINOS. S.A DE C.V.

3.1.3.2. COLGADORES Y EXHIBIDORES DE CASCADA

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	MUEBLE PARA COLGADORES (1)	3,500.00	3,500.00
10	EXHIBIDOR CASCADA(2)	29.00	290.00
		IMPORTE	3,790.00
		IVA 10 %	379.00
		TOTAL	4,169.00

(1) ELABORADO SEGUN COTIZACION DE "CARPINTERIA Y DECORACION",

PROPIETARIO MIGUEL JIMENEZ GUEVARA. RFC. JIGM-460929193

(2) NEOYORKINOS, S.A DE C.V. RFC NEO-880819-H47 (EXHIBIDORES)

3.1.3.3. GONDOLAS

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
5	GONDOLAS P/COLGAR ROPA	107.80	539.00
		IMPORTE	539.00
		IVA 10 %	53.90
		TOTAL	592.90

COTIZACION DE NEOYORKINOS, S.A DE C.V.

3.1.3.4. ESTANTES

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
40	ESTANTE .8	185.00	7,400.00
20	POSTES P/SUJECION	20.00	400.00
100	TORNILLOS DE SUJECION C/TUERCA	1.00	100.00
			0.00
		IMPORTE	7,400.00
		IVA 10 %	740.00
		TOTAL	8,140.00

COTIZACION DE COMERCIAL MORELOS,S.A.

TOTAL MATERIAL DE EXHIBICION Y ALMACENAJE	15,739.00
IVA 10 %	1,573.90
TOTAL	17,312.90

3.1.4. INVENTARIO DE MERCANCIAS

3.1.4.1. SELECCION DE PROVEEDORES

La elección de proveedores debe ser en base a las condiciones de compra que nos establezcan, que al principio serán básicamente de contado.

Así mismo, se debe buscar al proveedor que tenga ya una imagen en el mercado en base a sus diseños, colores, estilos, calidad, etc y cuya publicidad masiva o su antigüedad en el mercado, garanticen una buena venta de sus productos

3.1.4.2. MONTO A INVERTIR

El monto de la inversión en mercancías aparece en el pronóstico de ventas bajo el rubro costo de ventas del mes denominado "Inicio" de la proyección, que nos indica el nivel de inventario inicial para lograr el tamaño de las ventas pronosticado

3.2. DETERMINACIÓN DE GASTOS GENERALES.

Para el logro de los objetivos de venta establecidos en la fase de planeación en el que se define el qué, cuando y cuanto se va a hacer, nos falta definir con qué elementos realizar las cosas y qué costo fijo mensual tendrá para el negocio, a efecto de que al determinar el precio de venta de la mercancía se cubra su costo de compra y los gastos que se generen para hacerla llegar al consumidor final.

Proporcionar respuesta a estas últimas preguntas nos lleva a la fase del proceso administrativo denominado Organización , que *"nos dice en concreto cómo y quién va a hacer cada cosa,... (esto en el sentido de qué puesto, no precisamente qué persona) y como lo va a hacer...."*(1). El tratar de dar respuesta al "quien" va a hacer las cosas nos permite definir los puestos que se definen como *"la unidad de trabajo específica e impersonal"* (2); el tratar de definir cómo deben hacerse las cosas, nos lleva también a dar respuesta a la pregunta con qué se harán, es decir definir los elementos materiales, técnicos de la empresa; por ejemplo, en el negocio que nos ocupa, habrá de necesitarse para la mercancía una serie de elementos para almacenarla, exhibirla, cobrarla, registrar su venta, etc.

Ambos elementos, los humanos y los materiales tiene un costo específico, ya sea al momento de adquirirlos o por el transcurso de su uso y consecuente desgaste en el tiempo (depreciación de inversiones y amortización de gastos de instalación), o por la contratación del personal que cubra los puestos que se estimen necesarios para el funcionamiento del negocio, que deben presupuestarse y considerarse en la determinación del precio de venta de nuestra mercancía.

Debe precisarse el gasto fijo mensual que estos recursos habrán de costarle al negocio , recordando que el motivo principal del recurso humano para trabajar es el salario, las prestaciones y las condiciones de trabajo que en su conjunto tienen un costo fijo mensual que debe considerarse.

El nivel de sueldo viene dado por los requerimientos necesarios para el desempeño del sueldo, el grado de dificultad del trabajo, la determinación de la

comisión nacional de salarios mínimos para trabajos reguladas por ésta y en general por la oferta y la demanda de empleo.

Para conocer el costo fijo mensual que tendrá el recurso humano, primero hay que definir los puestos que se requieran, valuarlos y definir el sueldo que a cada uno de los ocupante de los puestos deba pagarse.

3.2.1. PLANTILLA DE PERSONAL.

Desde un punto de vista simplista el negocio requiere de alguien que efectúe las operaciones de comprar y vender los artículos propios de su giro. Se hace necesario de alguien que reciba la mercancía, la cuente, la coteje contra la orden de compra que dió origen al pedido, tratando de verificar si es la cantidad que se pidió, si son las tallas requeridas, colores y precios ordenados.

Para que la clientela se dé cuenta de la mercancía que oferta el negocio, se requiere de un especialista que en los aparadores del local la exhiba de forma tal que llame la atención del público y le invite a detenerse , mirar y ... decidir su compra, además de que le proporcione la información del precio, colores y tallas, buscando que si en ese momento no decide la compra, por lo menos guarde una imagen de la mercancía que se ofrece y del local, para que en la primera ocasión regrese y la compre.

Posterior a la recepción de la mercancía, se necesita que alguien acomode los artículos comprados ya sea en la bodega o en los exhibidores de donde habrán de tomarse para que el público la seleccione. Obviamente que el empleado que

acomode la mercancía debe hacerlo de acuerdo a algún criterio de clasificación para facilitar la búsqueda de las tallas o colores

Una vez que la clientela seleccione algún artículo, requeriremos de alguien que cobre, envuelva, despache, entregue, registre, cobre y entregue el producto de las ventas del día para su depósito al día siguiente.

En base a lo antes descrito, tendremos la siguiente plantilla de puestos.

<u>NOMBRE DEL PUESTO</u>	<u>PLAZAS:</u>
GERENTE DE TIENDA	1
CAJERA	1
APARADORISTA	1
EMPLEADO MOSTRADOR	2
ALMACENISTA	1

y la descripción de sus actividades sería la que expongo en el siguiente apartado.

3.2.1.1. DESCRIPCION DE PUESTOS

GERENTE DE TIENDA

DESCRIPCION GENERICA:

Planear, Supervisar y Controlar la adecuada operación del negocio de forma tal que se logre el mejor nivel de ventas y el mayor ahorro en gastos que permita conseguir el objetivo de obtener el máximo de beneficios con el mínimo de esfuerzos.

DESCRIPCION ESPECIFICA:

* Seleccionar de entre los muestrarios de proveedores, aquella mercancía que resulte mas atractiva para la clientela por su diseño, color, calidad y precio que garantice un buen desplazamiento de ventas.

* Decidir acerca de la cantidad de artículos por estilo y color que deban surtirse en el negocio, así como cuantificar el costo de los lotes de mercancía.

* Negociar con los proveedores los términos de compra, plazo de pago, descuentos, apoyos de mercadotecnia, etc.

* Supervisar que la entrega de mercancía la realice el almacenista de acuerdo a lo pedido al proveedor, en cuanto a cantidad, a distribución por tallas y colores y precios de costo.

* Establecer el precio de venta al público de la mercancía, considerando el margen de utilidad deseado, los precios de la competencia o bien los precios de venta sugeridos por los proveedores de marcas de gran aceptación.

* Verificar que la mercancía recibida se desempaque, se organice en los muebles de exhibición y que se exhiba la muestra en el aparador.

* Supervisar que los empleados brinden a la clientela el mejor servicio y atención hasta el logro de la venta.

* Reclutar, seleccionar, capacitar al personal requerido en la plantilla, así como administrar los sueldos y prestaciones del personal. Eventualmente dirimir los conflictos de tipo laboral que por aspectos disciplinarios y de reglamento de trabajo se presenten.

- * Supervisar y controlar el cumplimiento del reglamento de trabajo en cuanto a entradas, salidas, tiempos de tolerancia en las entradas, tiempos de descanso para la ingestión de alimentos, permisos, ausencias, vacaciones, disfrute de descanso semanal, etc.

- * Efectuar arqueos de caja para verificar el adecuado registro de las ventas, comprobación de gastos del negocio efectuados por medio del fondo de caja encomendado a la cajera.

- * Recibir para su depósito bancario el importe de las ventas del día, previa verificación de la tira de la caja registradora y de las notas de venta.

- * Entregar semanalmente al contador comprobantes de gastos, compras y ventas para su registro contable.

- * Analizar mensualmente la información contable del negocio para determinar el pago de impuestos: ISR, IVA, retenciones de ISR, cuotas al IMSS, INFONAVIT Y SAR.

- * Verificar el adecuado funcionamiento de las instalaciones electrico-sanitarias del negocio para decidir sobre su mantenimiento.

- * Supervisar la adecuada protección del negocio, con respecto a sus instalaciones, mercancías y personal, mediante el aseguramiento contra incendio, temblor, explosión, cuidando que la póliza de seguro valúe la mercancía sobre su precio de venta.

* Verificar el cumplimiento de los reglamentos y disposiciones delegacionales en cuanto a anuncios luminosos, sistemas y procedimientos de seguridad contra incendios, limpieza de banquetas colindantes, así como de las disposiciones comerciales que dicten las autoridades.

REQUERIMIENTOS DEL PUESTO:

Preparación académica deseable: Estudios del área económico-administrativos, a nivel licenciatura . Estudios mínimos: Preparatoria o Vocacional.
Experiencia requerida: de 2 a 3 años en puestos similares o bien de 5 a 6 años en tiendas departamentales como jefe de sección mínimo.

CAJERA

DESCRIPCION GENERICA:

Registrar, verificar, cobrar e ingresar en la caja el precio de venta de los artículos seleccionados por los clientes; manejar el fondo de caja de gastos menores de la negociación.

DESCRIPCION ESPECIFICA:

* Preparar el funcionamiento diario de la caja, procurando tener el fondo de caja de

billetes y moneda fraccionaria para inicio de las operaciones, rollo suficiente para la registradora, calculadora en buen estado de funcionamiento, blocks de venta de mostrador, tarjetas de presentación del negocio para publicidad con la clientela.

* Recibir, verificar , cobrar e ingresar en la caja el precio de venta de los artículos seleccionados por los clientes.

* Solicitar autorizaciones de tarjetas de crédito para las compras que se efectúen por este medio.

* Efectuar los gastos menores por medio del fondo de caja, que se requieran en el negocio por concepto de reposición de focos, lámparas, artículos de limpieza, material para el decorado de los aparadores, etc.

* Efectuar el corte diario de caja, verificando que el importe del efectivo contado y acomodado por billetes según su denominación, concuerde con la tira de ventas.

* Hacer llegar al gerente el importe de la venta, la tira de la caja registradora y los documentos oficiales en relación al negocio que se reciban cada día.

* Efectuar la relación de gastos menores para solicitar su reposición al fondo de caja de gastos menores.

REQUERIMIENTOS DEL PUESTO:

Estudios secretariales o comerciales a nivel secundaria mínimo.

Experiencia de 2 años en puestos similares. Carta de recomendación del empleo anterior. Fianza por el manejo de dinero.

EMPLEADO DE MOSTRADOR

DESCRIPCION GENERICA:

Atender al público en general que concurre a la negociación, orientando, mostrando, sugiriendo la mercancía que se adecúe a sus necesidades, procurando siempre el cierre de la venta.

DESCRIPCION ESPECIFICA:

- * Colaborar en el aseo y limpieza del local, en el surtido y acomodo de la mercancía en los exhibidores y/o mostradores para su rápida presentación a la clientela.

- * Estar al pendiente del público que entra al área de aparadores para que al menor indicio de interés por algún artículo exhibido ofrezca sus servicios para mostrarlo o bien sugerir otra opción en caso de no contar con la talla o color inicialmente requeridos por el cliente.

- * Elaborar la nota de venta para su cobro en la caja de la negociación una vez que logre el cierre de la venta.

REQUERIMIENTOS DEL PUESTO:

Escolaridad mínima : Secundaria

Experiencia previa: 1 año en actividades similares.

APARADORISTA

DESCRIPCION GENERICA:

Exhibir artísticamente la mercancía en los aparadores del negocio de forma tal que la clientela se dé cuenta de la mercancía que ofrece el negocio

DESCRIPCION ESPECIFICA

* Exhibir la mercancía adornando los aparadores según la temporada que se trate, para que llame la atención del público y le invite a detenerse, mirar y decidir su compra, además de que le proporcione la información del precio, colores y tallas de que se dispone.

* Retirar del aparador la mercancía cuyo surtido es escaso para sustituirla por aquella de reciente recepción y de la que se tiene surtido abundante.

* Decidir la compra de los adornos que habrá de poner en el aparador según la temporada que se esté viviendo.

REQUERIMIENTOS DEL PUESTO

Escolaridad mínima : secundaria o equivalente. Experiencia de 2 años en igual actividad.

ALMACENISTA

DESCRIPCION GENERICA:

Recibir, guardar , almacenar en bodega y surtir a los exhibidores la mercancía que se ordenó a los proveedores.

DESCRIPCION ESPECIFICA:

- * Recibir, contar y verificar que la mercancía que surten los proveedores se apegue a la remisión o factura y esta a su vez se apegue al pedido efectuado por la gerencia. En caso de discrepancias las hará saber a la gerencia del negocio o a la cajera en su defecto, para que le sea descontada al proveedor.

- * Revisar que la mercancía no presente defectos al momento de surtir a los aparadores o exhibidores.

- * Colaborar en el acomodo diario de la mercancía en los exhibidores, después de haber sido movida de su lugar por la clientela.

- * Eventualmente colabora en la atención a la clientela cuando sea necesario.

3.2.1.2. DETERMINACION DE SUELDOS Y PRESTACIONES

Como comentamos en la sección anterior, la determinación del sueldo a pagar a un empleado dependerá del valor que se le dé a cada uno de los puestos que la negociación deba tener, en donde el sueldo más alto en términos generales deberá corresponder en primer lugar al puesto que se juzgue como más necesario para los objetivos de la empresa, luego por la dificultad que exista en encontrar candidatos para cubrir puestos difíciles de desempeñar, ya sea porque las condiciones de trabajo son pesadas o peligrosas o porque las funciones demandan gran preparación del personal que lo desempeñe, en fin se deberá estar atento a las condiciones que marque la oferta y la demanda de empleos específicos y por último a lo que marque la Comisión Nacional de Salarios Mínimos que no solamente determina el salario mínimo general para las distintas zonas económicas en que divide al país, sino que también determina los sueldos que deben pagarse a puestos típicos de varias ramas empresariales.

Tomando en consideración los criterios antes mencionados, establecí el siguiente tabulador de sueldos para el negocio que proyecto.

GERENTE	1	4,000	N\$4,000
CAJERA	1	1,750	1,750
APARADORISTA	1	1,400	1,400
EMPLEADO MOSTRADOR	2	1,050	2,050
ALMACENISTA	1	1,100	1,100

TOTAL	6		N\$10,300

más la aplicación del factor de prestaciones legales:

imss	15.76%
impuesto sobre nominas	2.00%
infonavit	5.00%
sar	<u>2.00%</u> 24.76%

tendríamos: $10,300 \times 24.76\% = 2,550.00$

que sumados a los sueldos nominales darían:

$$10,300 + 2,550.00 = 12,850.00$$

que es el monto a considerar como egreso fijo mensual por concepto de sueldos y salarios.

3.2.2. RENTA DE LOCAL

El local para el desempeño de las actividades del negocio que hemos venido describiendo, tiene una superficie de 150 m², siendo este un terreno rectangular con un frente de 8.00 m y un largo de 18.75m.

Este local debe adaptarse de forma que el área destinada a los aparadores sea de unos 40 m², el área de atención al público de unos 80 m² y una pequeña bodega de 30 m²

El monto de la renta mensual es de N\$5,000 durante 1995 y de N\$6,000 para 1996. Como depósito hay que considerar 2 meses por lo que el desembolso inicial sería de N\$15,000 incluido el 1er. mes ya que las rentas son por mes anticipado.

3.2.3. OTROS GASTOS y RESUMEN TOTAL

Renta de local		5,000
Energia electrica		700
Teléfono		300
Sueldos y Prestaciones		12,850
Papeleria		
de oficina	125	
de promoción	75	
facturas y notas de venta	300	
de contabilidad	<u>30</u>	575
Mantenimiento		
focos y lamparas	150	
articulos de limpieza	20	
jabones y desinfectantes	<u>30</u>	200
decoracion aparadores		125
combustibles y lub		150
estacionamiento		178
contabilidad		1,200
varios		<u>20</u>
total mensual		21,298

cifra que se traspara a la cédula del pronóstico general de ventas a partir del mes de Enero de 1995, restando la utilidad bruta y así conocer la utilidad antes de impuestos

3.2.4. DEPRECIACIONES:

La depreciación entendida como la pérdida gradual y paulatina de valor de un bien ya sea por su uso o por el transcurso del tiempo, es un gasto que se va dando con el tiempo, mismo que debemos considerar de acuerdo a los lineamientos que establece la Ley del Impuesto sobre la Renta pues disminuye la base del resultado fiscal sujeto al impuesto determinado por esta ley. De aquí que debemos considerar que tanto los bienes de activo fijo como los gastos de instalación del negocio se apeguen a lo que se estipula en el siguiente apartado:

3.2.4.1. POLITICA FISCAL

Para efectos de la proyección se considera una depreciación anual del 10% dado que la mayor inversión es del tipo de mobiliario y equipo de oficina

3.2.4.2. IMPORTE POR TIPO DE ACTIVO FIJO

Dado que el tipo de negocio requiere de mobiliario para la sala de ventas y mobiliario especializado para la exhibición y almacenaje de mercancía se elige como porcentaje de depreciación en el horizonte de la proyección (2 años) el 10 % anual.

CAPITULO 4. PRESUPUESTO DE VENTAS, Y DETERMINACION DE UTILIDAD BRUTA

4.1.POLITICAS DE VENTAS:

Por políticas, entendemos administrativamente las guías del pensamiento que toda organización establece para que el personal que en ella labore, tome las decisiones adecuadas en el momento oportuno, es decir evitar que se tomen decisiones que luego merezcan reproche de parte de los jefes.

En el área de ventas debe precisarse al personal aspectos de decisión relativas al pago de la mercancía, garantía de la misma, devolución en caso de defecto , forma de atención al cliente, forma de elaboración de nota de venta, cobro, empaquetado y entrega de la mercancía, etc.

4.1.1. VENTA DE CONTADO

En este negocio se establece que por sus circunstancias de comercialización como es la venta directa al público no es posible dar crédito al comprador, por lo que se establece que las ventas sean de contado, mediante dinero en efectivo, cheque de tesorería ó mediante la presentación de tarjetas de crédito aceptadas por el negocio.

Se rechazan la aceptación de cheques personales como medio de pago de los artículos comprados.

Para la aceptación de cheques de empresa, se aceptan siempre y cuando la compra sea de mayoreo y previa comprobación de solvencia económica y moral del girador.

4.1.2. VENTAS CON TARJETA DE CREDITO

Para efectos de flujo de caja, se equiparan a las ventas de contado, pues el banco deposita en la cuenta de cheques el importe de los "pagarés de tarjetas de créditos" el mismo día que se efectúa el depósito de la venta total del día, menos la comisión del 6% por uso de la tarjeta.

La cajera deberá verificar:

- * vigencia de la tarjeta aun cuando la terminales automáticas de autorización de montos lo hagan.
- * solicitar la autorización del monto de la venta, telefónicamente o por medio de la terminales automáticas. Cuando se rechace la autorización de la tarjeta cancelará la nota de venta salvo que sea liquidada en efectivo.
- * verificar la autenticidad de la firma.

4.1.3. POLITICA DE DESCUENTOS

No se autoriza descuento algunos, salvo en ventas de mayoreo, sujetas a la aprobación del gerente.

4.2. POLITICAS DE TESORERIA

4.2.1. DEPOSITOS BANCARIOS

Las ventas del día se depositarán al día hábil siguiente en la sucursal bancaria más próxima a la negociación, anexando la ficha de depósito a la póliza de ingreso con la tira de venta del día.

4.2.2. PAGOS EN EFECTIVO

La compra de materiales de consumo de limpieza y en general gastos menores se harán por medio de un fondo fijo de caja (caja chica), la cual tendrá un monto de N\$1,500.00, reembolsable por medio de cheque contra comprobantes de gastos que reúnan los requisitos fiscales.

4.2.3. PAGOS CON CHEQUE

La compra de mercancías que integran el activo circulante del negocio y todo gasto superior a los N\$ 1,000.00 se hará con cheque nominativo y cruzado con la leyenda "para abono en cuenta" del beneficiario, como lo señala la Ley del Impuesto sobre la Renta.

4.2.4. INVERSIONES

La compra de mobiliario, equipo de la tienda, gastos de instalación serán en las mismas condiciones señaladas en el párrafo anterior.

4.3. PRESUPUESTO DE INGRESOS Y DE UTILIDADES BRUTAS.

En base al número de prendas que se piensa vender clasificadas por su tipo y por departamento , se estableció el presupuesto de ventas, que básicamente multiplica el numero de prendas a vender por su precio unitario.

Conociendo el costo promedio de los articulos a vender y sus descuentos, se obtiene el presupuesto de ingresos y utilidades brutas que se presentan en los cuadros de las hojas siguientes

EL PEQUEÑO MUNDO DE LA MODA

PRONOSTICO DE VENTAS

1995-1996

VENTAS TOTALES

**EL PEQUEÑO MUNDO
DE LA MODA**
PROYECTIVO GRAL. DE VENTAS

ENE-95 FEB-95 MAR-95 ABR-95 MAY-95 JUN-95 JUL-95 AGO-95 SEP-95 OCT-95 NOV-95 DIC-95 TOTAL

1995

DEPARTAMENTO DE BEBES

IMPTE. TOTAL DEP. BEBES	16.432,00	14.671,70	13.771,70	20.273,00	18.940,60	11.546,20	11.776,00	11.486,00	13.771,80	16.362,20	29.694,50	64.767,50	243.497,60
COSTO PROMEDIO BRUTO EN NS	11.150,72	9.961,26	9.343,26	13.743,58	12.805,76	7.823,33	7.984,98	7.789,90	9.319,75	11.086,69	20.215,07	43.957,95	165.182,18
DESCUENTO PROMEDIO EN NS	717,17	642,30	603,26	890,01	829,71	490,57	501,43	491,08	594,44	713,21	1.302,60	2.852,97	10.629,34
COSTO PROMEDIO NETO	10.433,56	9.318,97	8.740,00	12.853,57	11.976,05	7.332,76	7.483,47	7.298,22	8.725,31	10.373,48	18.912,47	41.104,98	154.552,84
UTILIDAD BRUTA	5.998,45	5.352,73	5.031,70	7.419,43	6.963,95	4.213,44	4.292,53	4.187,78	5.046,49	5.988,72	10.782,03	23.662,52	88.934,76
% DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	36,50%	36,49%	36,54%	36,69%	36,77%	36,49%	36,45%	36,46%	36,64%	36,60%	36,31%	36,51%	36,53%

DEPARTAMENTO DE NINAS

IMPTE. TOTAL DEP. NINAS	57.225,00	46.095,00	39.890,00	37.405,00	33.535,00	31.830,00	31.950,00	27.135,00	26.690,00	25.475,00	43.550,00	95.225,00	495.995,00
COSTO PROMEDIO BRUTO EN NS	39.844,50	32.079,80	27.733,40	26.007,30	23.319,80	22.146,40	22.241,40	18.907,80	18.594,10	17.759,50	30.335,50	66.385,00	345.354,50
DESCUENTO PROMEDIO EN NS	2.672,03	2.184,28	1.895,11	1.781,44	1.580,50	1.514,35	1.528,77	1.301,15	1.270,16	1.218,47	2.049,41	4.479,32	23.474,90
COSTO PROMEDIO NETO	37.172,48	29.895,52	25.838,29	24.225,86	21.739,30	20.632,05	20.712,63	17.606,65	17.323,94	16.541,03	28.286,10	61.905,68	321.879,52
UTILIDAD BRUTA	20.052,53	16.199,48	14.051,71	13.179,14	11.795,20	11.197,95	11.237,37	9.528,35	9.166,06	8.933,47	15.263,91	33.319,32	174.115,40
% DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	35,04%	35,14%	35,21%	35,21%	35,17%	35,18%	35,17%	35,11%	35,09%	35,07%	35,05%	34,99%	35,10%

DEPARTAMENTO DE NIÑOS

IMPTE. TOTAL DEP. NIÑOS	63.710,00	45.235,00	33.264,00	29.685,00	22.692,00	32.280,00	23.060,00	22.185,00	24.295,00	29.525,00	45.850,00	91.840,00	463.711,00
COSTO PROMEDIO BRUTO EN NS	43.064,00	30.460,75	22.364,30	19.772,00	15.196,90	21.388,50	15.401,50	14.820,00	16.237,75	19.855,50	30.936,75	61.740,50	311.381,45
DESCUENTO PROMEDIO EN NS	2.160,91	1.655,85	1.215,63	1.079,90	839,42	1.214,10	836,81	817,47	803,83	1.078,38	1.676,01	3.383,48	17.041,86
COSTO PROMEDIO NETO	40.643,09	28.804,90	21.148,67	18.692,11	14.357,48	20.174,41	14.564,69	14.002,52	15.353,92	18.777,12	29.260,74	58.357,03	294.339,59
UTILIDAD BRUTA	23.066,91	16.430,10	12.115,33	10.792,90	8.334,52	12.105,66	8.495,31	8.182,49	8.931,08	10.747,88	16.589,26	33.482,98	169.371,41
% DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	36,21%	36,32%	36,42%	36,36%	36,72%	37,50%	36,84%	36,88%	36,78%	36,40%	36,18%	36,53%	36,53%

VENTAS TOTALES-TIENDA

IMPTE. TOTAL	137.367,00	106.001,70	86.915,70	87.363,00	75.167,90	75.652,20	66.786,00	60.806,00	64.746,80	71.362,20	119.094,50	251.932,50	1.203.196,60
COSTO PROMEDIO BRUTO EN NS	93.999,32	72.501,81	59.440,96	59.722,88	51.324,46	51.358,23	45.827,90	41.517,70	44.151,60	48.701,69	81.407,32	172.063,45	821.917,13
DESCUENTO PROMEDIO EN NS	5.750,11	4.482,42	3.714,08	3.751,35	3.249,63	3.219,08	2.867,01	2.610,31	2.748,44	3.020,06	5.028,01	10.171,76	51.146,18
COSTO PROMEDIO NETO	88.249,11	68.019,39	55.726,96	55.971,53	48.074,83	48.139,15	42.760,79	38.907,39	41.403,16	45.681,63	76.459,31	161.357,69	770.770,95
UTILIDAD BRUTA	49.117,89	37.982,31	31.188,74	31.391,47	27.092,17	27.512,05	24.025,21	21.898,61	23.343,64	25.670,57	42.635,19	90.564,81	432.425,65
% DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	35,76%	35,83%	35,89%	35,93%	36,04%	36,37%	35,97%	36,01%	36,05%	35,97%	35,90%	35,95%	35,94%

GASTOS MENSUALES DE OPERACION	21.296,00	21.296,00	21.296,00	21.296,00	21.296,00	21.296,00	21.296,00	21.296,00	21.296,00	21.296,00	21.296,00	21.296,00	25.557,60
UTILIDAD DE OPERACION	27.819,89	16.684,31	9.890,74	10.093,47	5.794,17	6.219,05	7.277,21	600,61	2.045,64	4372,57	21.337,19	68.007,21	172.692,05

**EL PROQUEÑO MENDO
DE LA MODA**
PRONOSTICO GRUPO DE VENTAS

ENE-96 FEB-96 MAR-96 ABR-95 MAY-96 JUN-96 JUL-96 AGO-96 SEP-96 OCT-96 NOV-96 DIC-96 **1996**
TOTAL

DEPARTAMENTO DE BEBES

IMPTE TOTAL DEP. BEBES	18.324,70	16.847,69	15.702,60	22.572,40	15.809,70	10.954,10	11.334,70	13.908,30	25.357,00	34.171,90	72.646,00	268.963,70
COSTO PROMEDIO BRUTO EN \$S	12.465,90	11.467,76	10.693,26	15.374,84	10.765,04	7.449,80	7.715,97	9.445,05	17.264,97	23.293,77	49.344,16	182.935,47
DESCUENTO PROMEDIO EN \$S	803,73	737,76	689,34	996,39	694,50	480,64	496,88	496,38	612,58	1.098,32	1.564,87	11.811,49
COSTO PROMEDIO NETO	11.662,16	10.730,00	9.993,91	14.378,46	10.070,54	6.969,16	7.219,09	8.832,47	16.166,65	21.789,71	46.143,75	171.123,99
UTILIDAD BRUTA	6.662,54	6.117,69	5.708,69	8.243,94	5.739,16	3.985,94	4.115,61	5.075,83	9.190,35	12.382,19	26.502,25	97.839,71
% DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	36,36%	36,31%	36,36%	36,52%	36,30%	36,39%	36,31%	36,31%	36,49%	36,24%	36,24%	36,48%

DEPARTAMENTO DE NIÑAS

IMPTE TOTAL DEP. NIÑAS	61.818,75	49.827,75	43.039,58	40.267,50	35.990,25	34.104,60	34.240,50	29.111,25	28.728,00	35.197,00	51.520,00	102.742,50	546.596,00
COSTO PROMEDIO BRUTO EN \$S	43.035,30	34.671,42	29.924,69	27.991,74	25.027,70	23.721,39	23.831,01	20.281,17	20.010,48	24.524,06	35.896,63	71.613,67	380.531,15
DESCUENTO PROMEDIO EN \$S	2.884,69	2.360,93	2.044,81	1.917,29	1.695,13	1.621,70	1.638,17	1.390,35	1.367,37	1.655,42	2.479,29	4.830,35	25.891,54
COSTO PROMEDIO NETO	40.150,61	32.310,49	27.879,88	26.074,45	23.332,56	22.101,68	22.192,84	18.884,82	18.643,11	22.868,64	31.417,24	66.783,33	354.639,60
UTILIDAD BRUTA	21.668,14	17.517,26	15.159,66	14.193,05	12.666,69	12.002,32	12.047,66	10.226,43	10.084,89	12.328,36	18.102,76	35.959,17	191.956,40
% DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	35,05%	35,16%	35,22%	35,25%	35,19%	35,19%	35,14%	35,10%	35,03%	35,03%	35,14%	35,00%	35,12%

DEPARTAMENTO DE NIÑOS

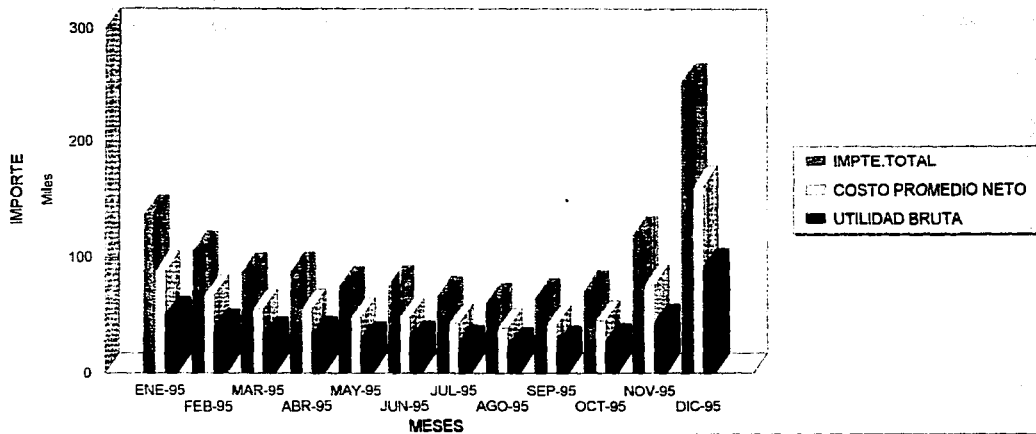
IMPTE TOTAL DEP. NIÑOS	69.981,75	53.664,09	37.778,46	32.385,95	25.016,25	36.531,75	24.232,65	22.241,50	25.156,15	39.840,50	51.539,00	102.381,50	519.769,50
COSTO PROMEDIO BRUTO EN \$S	46.683,93	36.375,04	25.476,34	21.768,90	16.747,24	24.223,91	16.195,76	14.877,89	16.842,86	26.990,48	34.793,81	68.643,14	349.463,28
DESCUENTO PROMEDIO EN \$S	2.538,18	1.950,65	1.576,20	1.177,87	920,86	1.375,20	886,23	820,94	910,56	1.365,04	1.891,44	3.767,98	19.081,24
COSTO PROMEDIO NETO	44.145,75	34.324,39	24.046,14	20.591,03	15.826,38	22.848,71	15.309,53	14.057,84	15.932,30	25.625,43	32.902,37	64.875,16	330.382,03
UTILIDAD BRUTA	24.936,00	19.342,61	13.732,26	11.794,92	9.189,87	13.683,04	8.923,12	8.183,66	9.223,85	14.415,07	18.636,63	37.328,34	119.908,83
% DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	36,10%	36,04%	36,35%	36,42%	36,74%	37,46%	36,82%	36,79%	36,66%	36,99%	36,16%	36,52%	33,96%

VENTAS TOTALES TIENDA

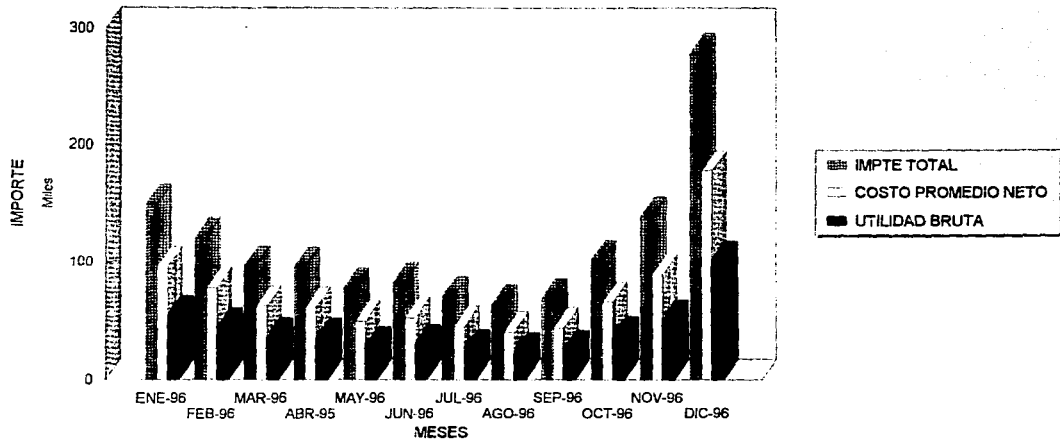
IMPTE TOTAL	149.228,20	120.339,35	96.520,50	95.224,95	76.825,20	81.589,85	69.867,85	62.687,45	67.791,45	101.484,50	137.230,90	277.591,00	1.335.329,20
COSTO PROMEDIO BRUTO EN \$S	102.185,11	82.414,22	66.078,28	65.065,48	52.539,27	55.396,09	47.742,74	42.875,03	46.298,38	68.779,51	93.984,11	189.600,97	912.929,89
DESCUENTO PROMEDIO EN \$S	6.226,59	5.052,34	4.108,39	4.091,55	3.331,49	3.477,54	3.021,28	2.714,28	2.890,50	4.218,79	5.874,79	11.798,74	56.784,27
COSTO PROMEDIO NETO	95.958,51	77.361,88	61.919,89	60.993,94	49.227,49	51.918,55	44.721,46	40.161,75	43.407,88	64.560,72	88.109,31	177.802,24	856.145,62
UTILIDAD BRUTA	53.269,69	42.977,47	34.600,61	34.231,01	27.595,71	29.671,30	25.066,39	22.525,70	24.383,57	35.933,78	49.121,59	99.789,76	479.183,58
% DE UTILIDAD BRUTA SOBRE VENTAS	35,70%	35,71%	35,85%	35,95%	35,92%	36,37%	35,94%	35,93%	35,97%	35,76%	35,79%	35,95%	35,89%
GASTOS MENSAJES DE OPERACION	22.895,35	22.895,35	22.895,35	22.895,35	22.895,35	22.895,35	22.895,35	22.895,35	22.895,35	22.895,35	22.895,35	22.895,35	229.333,37
UTILIDAD DE OPERACION	30.374,34	20.082,12	11.705,26	11.335,66	4.700,36	6.775,95	2.191,04	(309,65)	1.488,22	13.038,43	26.226,24	72.315,34	199.860,31

FALLA DE ORIGEN

VENTAS 1995



VENTAS 1996



CAPITULO 5. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS 1995-1996

5.1.PREMISAS FINANCIERAS DE PROYECCION

En toda proyección financiera lo que se busca es conocer el comportamiento que podría tener un negocio en un tiempo determinado de darse ciertas variables y definiendo varios parámetros que se sabe afectarán el flujo de un negocio como son los impuestos, la política sobre las ventas, es decir cuantos días de crédito se podrá otorgar a la clientela o si bien se le habrá de cobrar al contado, la política de inversión en almacenes, es decir cuanto dias-venta podrán garantizarnos nuestra existencia en almacenes, la política de pago a los proveedores, o sea la fijación de cuantos días tomaremos como plazo para pagar sus facturas

5.1.1. PORCENTAJES FISCALES

En esta sección se definirán los porcentajes que debemos considerar para el cálculo de impuestos que afectan tanto a los ingresos de la negociación como a sus resultados fiscales tal como mencionamos en la sección 2.1. correspondiente al entorno legal, cuando comentamos las leyes e impuestos a los que están sujetos todos los negocios en la República Mexicana:

IVA, o Impuesto al Valor Agregado que grava las ventas que efectúe el negocio en un 10 % por los meses de Enero a Marzo de 1995, y con el 15% a partir del mes de abril de 1995 de acuerdo a las modificaciones establecidas por el gobierno de la república para superar la emergencia económica

ISR, establece una tasa impositiva de un 34% al resultado positivo que tenga una empresa, es decir su ganancia. cuyo pago definitivo anual debe realizarse en el mes de marzo.

IMPAC, impone un 1.8% al valor de los activos del negocio, siempre y cuando el resultado fiscal del negocio sea negativo.

PTU, establece el pago a los trabajadores de la empresa de un 10 % de la utilidad de operación del negocio, pagadero en el mes de mayo.

5.1.2. POLITICAS DE INVENTARIOS

Con el propósito de contar con un nivel adecuado de mercancías para sostener el nivel de ventas pronosticado, es necesario mantener un inventario de 40-60 días venta, es decir sin necesidad de abastecer la bodega, el negocio puede tener ventas por lo menos durante este periodo y buscar como objetivo de venta anual darle 3 veces la vuelta cuando menos.

5.1.3. POLITICAS DE PROVEDURIA

En su etapa de arranque el abasto de la mercancía deberá garantizarse mediante compras de contado, buscando ganar el descuento por pronto pago.

En los meses siguientes debe buscarse la obtención de plazo y descuentos óptimos en base a volumen de compras. Dada la experiencia de compra de Servicios Administrativos Mica, asesora y fiadora de este negocio, se puede obtener un plazo de 15 días para pago a partir de la fecha de revisión que será el viernes de cada semana, esto es que si un artículo se recibe de lunes a jueves, su fecha de revisión será el primer viernes siguiente a su recepción, a partir de este viernes correrán los 15 días para pago de la factura correspondiente. Este periodo puede fijarse como política general de pago a proveedores.

5.1.4. POLITICAS DE CARTERA

Dado que la política de venta es de contado no se consideran para efectos de la proyección días de cartera como financiamiento a los clientes.

5.2. ESTADOS DE RESULTADOS MENSUALES

Para elaborar este reporte financiero el modelo que usamos para proyectar toma las ventas netas que fijamos en el pronóstico de ventas, su costo, los gastos generales y el costo integral de financiamiento, que es la diferencia entre los intereses que cobra el negocio y los intereses que paga, el resultado estará sujeto a generar las provisiones para pago de impuesto sobre la renta o del activo según sea el caso y el porcentaje de participación de los trabajadores en las utilidades de la empresa. Al final el modelo determina la utilidad neta o disponible mensualmente durante los 24 periodos mensuales que estamos proyectando. Las cifras de los conceptos mencionados, las toma el modelo financiero para ir formado 4 grupos de flujo de efectivo (operativo, fiscal, financiero, no operativo) que al ser neteados nos dan el flujo financiero neto mensual, el que debe ser positivo para los fines de permanencia y crecimiento del negocio, pues de ser negativo, el negocio puede quebrar pues no genera los recursos suficientes para pagar su operación, sus impuestos y los intereses por capital que se requiera en forma de préstamos. Puede darse el caso de que el flujo neto mensual sea negativo como resultado de los meses de baja venta, pero teniendo saldo en las cuentas de caja y bancos se puede subsanar el efecto negativo o bien pidiendo créditos a corto plazo pagables en cuanto el flujo vuelva a ser positivo.

5.3. BALANCES MENSUALES PROYECTADOS

El modelo conforma los saldos mensuales no tanto de todas las cuentas del negocio, sino de los principales rubros del activo del pasivo y del capital y permite ir observando cómo se consolida el negocio a través de la aplicación de las utilidades, cómo se apalanca via créditos a corto o largo plazo, cómo es el comportamiento de los rubros del capital de trabajo, cómo es el saldo de inventarios y cuánto es lo que se va debiendo a los proveedores.

5.4. ESTADOS DE FLUJOS DE EFECTIVO

Dado que un negocio se maneja cuidando las utilidades y el flujo del dinero en su ciclo de inversión, venta, recuperación via cobranza, se hace un análisis de los flujos que componen el flujo de efectivo y que son:

5.4.1. FLUJO OPERATIVO

El flujo operativo resulta de la diferencia de la cobranza neta mensual menos los costos por compra de mercancías de acuerdo a los días de venta (fijados en las premisas) y los gastos del negocio, el cual deber ser positivo, pues caso contrario el negocio carece de liquidez para comprar los artículos que comercializa y pagar los gastos que la operación misma del negocio demanda: pago de renta, luz, teléfono, sueldos, etc.

5.4.2. FLUJO FISCAL

El flujo fiscal se forma de la diferencia entre el IVA cobrado por las ventas del mes y el IVA pagado por las compras y el IVA enterado más los pagos que se hagan mensualmente por concepto de ISR o IMPAC en su caso. Este flujo normalmente es negativo, pues representa el pago fiscal neto mensual que debe efectuar el negocio.

5.4.3. FLUJO FINANCIERO

Se forma de la diferencia entre la entradas de efectivo a la tesorería del negocio por concepto de préstamos de 3^{os} o personas ajenas a los accionistas mas intereses que el negocio cobre por financiamiento de ventas a crédito o por préstamos que la empresa haga, menos la salida de dinero del negocio para pago de amortizaciones de deudas contraídas y los intereses que periódicamente deben pagarse por los préstamos requeridos por el negocio.

El flujo puede ser negativo o positivo según sea la posición del negocio como deudora o acreedora respecto al crédito.

5.4.4. FLUJO NO OPERATIVO

Este flujo se forma por la venta o compra de activos fijos del negocio entre los que podemos incluir la compra de partes sociales o acciones de otras empresas o la venta de acciones del negocio a otras empresas.

En este flujo se refleja el programa de inversiones que la empresa haga en maquinaria, equipo, instalaciones, edificaciones, etc. para agrandarse mediante la aplicación de recursos provenientes de aportaciones de accionistas, retención de utilidades o bien por préstamos a largo plazo.

5.4.5. FLUJO TOTAL E IMPACTO EN TESORERIA DEL NEGOCIO

La suma de los flujos antes mencionados conforman el flujo total del negocio que afectan directamente su tesorería. El saldo de este flujo debe ser positivo para que la empresa pueda pagar el costo de la mercancía, el importe de la renta, el gasto por sueldos, luz, teléfono, impuestos y contribuciones, pago de impuestos, créditos y sus intereses, pago de dividendos, compra de activos fijos, etc.

**ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

5.5. ANÁLISIS FINANCIEROS

El modelo usado permite efectuar variados análisis tanto de las cuentas de balance como de las cuentas de resultados en forma mensual

De estas razones financieras se desprende la conclusión de que el negocio genera los flujos suficientes para tener liquidez ya que se cubre el pasivo circulante con el activo circulante en una razón que va de 2 a 7 veces en los meses de la proyección. Esta misma proporción se guarda en la prueba del ácido en la que al activo circulante le restamos el importe de los inventarios.

En cuanto a las razones de estabilidad, el negocio se observa estable dado que los recursos propios cubren los adeudos representados por el pasivo total en una proporción que va de 2 a 9 veces. El capital contable representa de un 64 a un 87% del activo total, de lo que se desprende que el negocio siempre esta en manos de los propietarios.

En cuanto al rendimiento se aprecia un margen de utilidad neta (esto es después de impuestos) que va de un 2 a un 15% respecto de las ventas netas, lo cual hace bastante atractivo el negocio como para arriesgarse en él. El rendimiento con respecto al capital contable va de 1 a un 14% y se aprecia como bueno.

En cuanto a la solvencia el negocio tiene activos que cubren los pasivos totales de 2.29 veces a 10.52 lo cual es muy bueno.

Por otro lado el análisis de los flujos de efectivo que se forman de la suma de los flujos operativo, flujo fiscal, flujo financiero y flujo no operativo, nos reflejan saldos positivos en casi todos los meses, excepto en aquellos de baja venta en los que los gastos fijos mensuales no son cubiertos por los ingresos del mes, pero que se financian del saldo acumulado en el rubro de Caja e Inversión en Valores en los meses anteriores.

Dado que el flujo de efectivo anual por cada uno de los años proyectados es positivo, se concluye que de darse los supuestos de venta, que contemplan un escenario pesimista y de costos y gastos que contemplan un escenario optimista y de mantenerse las tendencias impositivas del arranque de la proyección, la viabilidad de obtener éxito en esta empresa es bastante alta y resulta atractivo el aventurarse a este negocio.

PROYECCION FINANCIERA

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	Total anual	
ESTADO DE RESULTADOS:														
Ventas Netas	137,842	106,002	86,916	87,363	75,167	75,656	66,786	60,806	64,747	71,557	119,095	251,933	1,203,870	100%
Costo de Ventas	88,559	68,020	55,727	55,972	48,075	48,139	42,761	38,907	41,403	45,817	76,460	161,368	771,208	64%
Contribución Marginal	49,283	37,982	31,189	31,391	27,092	27,517	24,025	21,899	23,344	25,740	42,635	90,565	432,662	36%
Gastos Generales	21,298	21,298	21,298	21,298	21,298	21,298	21,298	21,298	21,298	21,298	21,298	25,558	259,836	22%
Depr. Histórica y Amortizaciones	566	566	566	566	566	566	566	566	566	566	566	566	6,789	1%
Depr. por Revaluación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
Total Gastos Fijos	21,864	21,864	21,864	21,864	21,864	21,864	21,864	21,864	21,864	21,864	21,864	26,124	266,625	22%
Util. (Perd.) de Operación	27,419	16,118	9,325	9,527	5,228	5,653	2,161	35	1,480	3,876	20,771	64,441	166,037	14%
Costo Integral de Financiamiento:														
Productos Financieros	0	(859)	(1,119)	(1,396)	(1,883)	(1,940)	(1,938)	(1,925)	(1,919)	(1,776)	(1,955)	(1,777)	(18,486)	-2%
Gastos Financieros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
Total Costo Integral fin.	0	(859)	(1,119)	(1,396)	(1,883)	(1,940)	(1,938)	(1,925)	(1,919)	(1,776)	(1,955)	(1,777)	(18,486)	-2%
Util. (Pérd) antes Implos	27,419	16,978	10,444	10,923	7,112	7,593	4,099	1,960	3,399	5,652	22,726	66,218	184,523	15%
ISR	9,597	5,942	3,655	3,823	2,489	2,658	1,435	686	1,190	1,978	7,954	23,176	64,583	5%
PTU	2,742	1,698	1,044	1,092	711	759	410	196	340	565	2,273	6,622	18,452	2%
Utilidad Neta	15,081	9,338	5,744	6,008	3,911	4,176	2,255	1,078	1,869	3,109	12,499	36,420	101,488	8%

FALLA DE ORIGEN

PROYECCION FINANCIERA

ESTADO DE RESULTADOS:	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DECIEMBRE	Total anual	% A VTAS
	Ventas Netas	149.593	120.339	96.521	95.225	76.825	81.590	69.808	62.687	67.791	100.715	137.231	277.582	1.335.917
Costo de Ventas	96.196	77.362	61.920	60.994	49.229	51.919	44.722	40.161	43.407	64.703	88.109	177.802	856.524	64%
Contribución Marginal	53.397	42.977	34.601	34.231	27.596	29.671	25.086	22.526	24.384	36.012	49.122	99.790	479.393	36%
Gastos Generales	22.895	22.895	22.895	22.896	22.896	22.895	22.895	22.895	22.895	22.895	22.895	27.474	279.322	21%
Depr. Historica y Amortizaciones	566	566	566	566	566	566	566	566	566	566	566	566	6.789	1%
Depr. por Revaluacion	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
Total Gastos Fijos	23.461	23.461	23.461	23.461	23.461	23.461	23.461	23.461	23.461	23.461	23.461	28.040	286.110	21%
Util. (Pérd.) de Operacion	29.936	19.516	11.140	10.770	4.135	6.210	1.625	(935)	923	12.551	25.661	71.750	193.283	14%
Costo Integral de Financiamiento:														
Productos Financieros	(1.320)	(2.917)	(3.537)	(2.960)	(3.129)	(2.961)	(2.993)	(3.166)	(3.251)	(3.440)	(3.292)	(3.297)	(36.264)	-3%
Gastos Financieros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
Total Costo Integral fin.	(1.320)	(2.917)	(3.537)	(2.960)	(3.129)	(2.961)	(2.993)	(3.166)	(3.251)	(3.440)	(3.292)	(3.297)	(36.264)	-3%
Util. (Pérd.) antes Implos	31.257	22.433	14.677	13.790	7.264	9.171	4.618	2.231	4.174	15.991	28.953	75.047	229.547	17%
ISR	10.940	7.852	5.137	4.806	2.542	3.210	1.616	781	1.461	5.597	10.134	26.266	80.341	6%
PTU	3.126	2.243	1.468	1.373	726	917	462	223	417	1.599	2.895	7.505	22.955	2%
Utilidad Neta	17.191	12.338	8.073	7.552	3.995	5.044	2.540	1.227	2.296	8.795	15.924	41.276	126.251	9%

FALLA DE ORIGEN

BALANCE GENERAL

ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	Total anual
-------	---------	-------	-------	------	-------	-------	--------	------------	---------	-----------	-----------	----------------

ACTIVO

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	Total anual
Circulante													
Caja y Bancos	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	7.500	7.500	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000
Inversión en Valores	0	51.560	67.127	83.737	113.004	116.381	116.282	115.477	115.124	106.535	117.289	106.615	79.225
Caja, Bancos, Inv. en Valores	5.000	56.560	72.127	88.737	118.004	121.381	121.282	122.977	122.624	116.535	127.299	116.615	89.225
INVENTARIOS													
Almacenes	77.114	64.943	63.485	55.727	55.972	56.088	64.185	64.142	64.845	75.906	83.996	140.177	295.841
Total Inventarios	77.114	64.943	63.485	55.727	55.972	56.088	64.185	64.142	64.845	75.906	83.996	140.177	295.841
Reexpresión de Inventarios	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVO CIRCULANTE	82.114	121.503	135.613	144.464	173.976	177.468	185.466	187.118	187.469	192.440	211.297	256.791	385.066
Fijo													
Mobiliario Sala Ventas	20.813	20.813	20.813	20.813	20.813	20.813	20.813	20.813	20.813	20.813	20.813	20.813	20.813
Mobiliario Almacén y Exhibición	15.739	15.739	15.739	15.739	15.739	15.739	15.739	15.739	15.739	15.739	15.739	15.739	15.739
Instalaciones diversas	31.334	31.334	31.334	31.334	31.334	31.334	31.334	31.334	31.334	31.334	31.334	31.334	31.334
Depr. Hist. Acumulada	0	566	1.131	1.697	2.263	2.829	3.394	3.960	4.526	5.091	5.657	6.223	6.789
TOTAL ACTIVO FIJO	67.886	67.320	66.755	66.189	65.623	65.057	64.492	63.926	63.360	62.795	62.229	61.663	61.097
Revaluación de Activos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Depr. Reval. Acumulada	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Revaluación de Activos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVO	150.000	188.824	202.367	210.653	239.599	242.526	249.960	251.044	250.829	256.236	273.826	318.454	446.163

PASIVO

Préstamos Bancarios	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Faltantes de Efectivo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Porción Circ. L.P.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Intereses x Pagar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Documentos por Pagar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Proveedores	0	0	0	0	14.926	12.820	12.837	11.403	10.375	11.041	22.909	36.230	80.684
Reserva para ISR	0	9.347	15.039	18.444	22.017	24.256	26.684	27.849	28.285	29.224	30.953	38.657	61.583
Impuestos por Pagar IVA	0	14.396	12.910	12.046	16.466	15.368	16.201	15.280	14.579	15.510	17.097	26.500	52.409
TOTAL PASIVO CORTO PLAZO	0	23.743	27.949	30.490	53.429	52.444	55.702	54.532	53.239	55.775	70.958	103.367	194.676
Documentos x Pagar L.P.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Créditos Diferidos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL PASIVO L.P.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL PASIVO	0	23.743	27.949	30.490	53.429	52.444	55.702	54.532	53.239	55.775	70.958	103.367	194.676

CAPITAL

Capital Social	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000
Reserva Legal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Actualizac. del Capital	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Util./Pérdida Ej. Ant.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Util./Pérdida del Ejercicio	0	15.081	24.418	30.163	36.170	40.082	44.258	46.512	47.590	49.460	52.568	65.068	101.488
TOTAL CAPITAL	150.000	165.081	174.418	180.163	186.170	190.082	194.258	198.512	197.590	199.460	202.568	215.068	251.488

PASIVO MAS CAPITAL	150.000	188.824	202.367	210.653	239.599	242.526	249.960	251.044	250.829	256.236	273.826	318.454	446.163
---------------------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------

FALLA DE ORIGEN

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DECEMBRE	Total ANUAL
BALANCE GENERAL:													
ACTIVO:													
Circulante													
Caja y Bancos	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000
Inversión en Valores	175.018	212.229	177.619	187.767	177.642	179.592	189.957	195.048	206.400	197.546	197.811	198.016	198.016
Caja, Bancos, Inv. en Valores	185.018	222.229	187.619	197.767	187.642	189.592	199.957	205.048	216.400	207.546	207.811	208.016	208.016
INVENTARIOS													
Almacenes	176.359	141.830	113.520	111.822	98.458	103.838	89.444	80.322	79.580	118.622	181.533	302.263	302.263
Total Inventarios	176.359	141.830	113.520	111.822	98.458	103.838	89.444	80.322	79.580	118.622	181.533	302.263	302.263
Reaproximación de Inventarios	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVO CIRCULANTE	361.377	364.059	301.139	309.589	286.100	293.430	289.401	285.370	295.979	326.169	369.344	510.279	510.279
Fijo													
Mobiliario Sala Ventas	20.813	20.813	20.813	20.813	20.813	20.813	20.813	20.813	20.813	20.813	20.813	20.813	20.813
Mobiliario Almacén y Exhibición	15.739	15.739	15.739	15.739	15.739	15.739	15.739	15.739	15.739	15.739	15.739	15.739	15.739
Instalac. diversas	31.334	31.334	31.334	31.334	31.334	31.334	31.334	31.334	31.334	31.334	31.334	31.334	31.334
Depr. Hst. Acumulada	7.354	7.920	8.486	8.052	9.617	10.183	10.749	11.314	11.880	12.446	13.012	13.577	13.577
TOTAL ACTIVO FIJO	60.532	59.966	59.400	58.834	58.269	57.703	57.137	56.572	56.006	55.440	54.874	54.309	54.309
Revaluación de Activos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Depr. Reval. Acumulada	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Revaluación de Activos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVO	421.909	424.025	360.539	368.424	344.369	351.133	346.538	341.942	351.985	381.609	424.219	564.588	564.588
PASIVO:													
Préstamos Bancarios	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Faltantes de Electro	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Porción Cív. L.P.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Intereses a Pagar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Documentos por Pagar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Proveedores	48.098	38.681	30.960	30.497	24.615	25.960	22.361	20.081	28.938	43.135	58.739	118.535	118.535
Reserva para ISR	64.548	65.869	4.156	3.774	2.092	835	(1.395)	(4.094)	(6.386)	(6.293)	(3.583)	7.842	7.842
Impuestos por Pagar IVA	40.583	38.438	38.333	37.511	17.026	18.658	17.352	18.507	17.680	24.228	32.600	60.472	60.472
TOTAL PASIVO CORTO PLAZO	153.230	143.008	71.449	71.783	43.732	45.452	38.318	32.494	40.242	61.070	87.756	186.849	186.849
Documentos x Pagar L.P.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Creditos D'dendos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL PASIVO L.P.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL PASIVO	153.230	143.008	71.449	71.783	43.732	45.452	38.318	32.494	40.242	61.070	87.756	186.849	186.849
CAPITAL:													
Capital Social	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000
Reserva Legal	5.074	5.074	5.074	5.074	5.074	5.074	5.074	5.074	5.074	5.074	5.074	5.074	5.074
Actualizac. del Capital	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Util./Perdida Ej. Ant.	96.413	96.413	96.413	96.413	96.413	96.413	96.413	96.413	96.413	96.413	96.413	96.413	96.413
Util./Perdida del Ejercicio	17.191	29.529	37.602	45.154	49.149	54.193	56.733	57.960	60.256	69.051	84.975	126.251	126.251
TOTAL CAPITAL	268.679	281.017	289.090	296.641	300.637	305.881	308.221	309.448	311.743	320.538	336.463	377.739	377.739
PASIVO MAS CAPITAL	421.909	424.025	360.539	368.424	344.369	351.133	346.538	341.942	351.985	381.609	424.219	564.588	564.588

PROYECCION FINANCIERA

-86-

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DECEMBRE	Total anual
--	-------	---------	-------	-------	------	-------	-------	--------	------------	---------	-----------	----------	-------------

FLUJO DE EFECTIVO

FLUJO OPERACIONAL

INGRESOS OPERATIVOS:

Cobranza	137.842	106.002	86.916	87.383	75.167	75.856	66.786	60.806	64.747	71.557	119.095	251.933	1.203.870
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS	137.842	106.002	86.916	87.383	75.167	75.856	66.786	60.806	64.747	71.557	119.095	251.933	1.203.870

EGRESOS OPERATIVOS:

Materias Primas	82.559	88.020	55.727	41.046	50.181	48.122	44.195	39.935	40.737	33.949	61.139	118.914	690.524
Otras Compras	(12.171)	(1.458)	(7.758)	245	116	8.096	(44)	704	11.061	8.092	56.179	155.665	218.727
PTU	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos Fijos y Mano de Obra	21.296	21.298	21.296	21.298	21.298	21.298	21.298	21.298	21.298	21.298	21.298	25.558	250.836
TOTAL EGRESOS OPERATIVOS	97.686	87.860	69.267	62.589	71.594	77.518	65.449	61.936	73.096	63.340	138.615	300.137	1.169.067

FLUJO OPERATIVO	40.156	18.142	17.649	24.774	3.573	(1.862)	1.337	(1.130)	(8.349)	8.217	(19.520)	(48.204)	34.783
------------------------	---------------	---------------	---------------	---------------	--------------	----------------	--------------	----------------	----------------	--------------	-----------------	-----------------	---------------

FLUJO FISCAL:

INGRESOS FISCALES:

I.V.A. Cobrado	13.784	10.600	8.692	13.104	11.275	11.348	10.018	9.121	9.712	10.734	17.864	37.790	164.043
TOTAL INGRESO FISCAL	13.784	10.600	8.692	13.104	11.275	11.348	10.018	9.121	9.712	10.734	17.864	37.790	164.043

EGRESOS FISCALES:

I.V.A. Enterado	0	11.654	8.470	6.562	9.910	8.080	8.154	6.823	5.926	6.517	7.539	14.670	94.206
I.V.A. Pagado	2.130	2.130	2.130	3.195	3.195	3.195	3.195	3.195	3.195	3.195	3.195	3.834	35.781
Anticipos I.S.R.	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	3.000
Pago Definitivo I.S.R.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL EGRESOS FISCALES	2.380	14.034	10.850	10.007	13.354	11.525	11.599	10.268	9.371	9.962	10.984	18.753	133.086

FLUJO FISCAL	11.404	(3.434)	(2.159)	3.098	(2.079)	(177)	(1.581)	(1.147)	341	772	6.881	19.037	30.956
---------------------	---------------	----------------	----------------	--------------	----------------	--------------	----------------	----------------	------------	------------	--------------	---------------	---------------

FALLA DE ORIGEN

PROYECCION FINANCIERA

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DECIEMBRE	Total ANUAL
--	-------	---------	-------	-------	------	-------	-------	--------	------------	---------	-----------	-----------	----------------

FLUJO FINANCIERO:

INGRESOS FINANCIEROS:

Disposiciones de Credito:

Faltantes de Efectivo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Créditos Corto Plazo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Créditos Largo Plazo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Productos Financieros	0	859	1.119	1.396	1.883	1.940	1.935	1.925	1.919	1.776	1.955	1.777	18.486
TOTAL INGRESO FINANCIERO	0	859	1.119	1.396	1.883	1.940	1.935	1.925	1.919	1.776	1.955	1.777	18.486

EGRESOS FINANCIEROS:

Amortizaciones de Capital:

Faltantes de Efectivo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Créditos Corto Plazo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Créditos Largo Plazo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos Financieros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL EGRESOS FINANCIEROS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

FLUJO FINANCIERO	0	859	1.119	1.396	1.883	1.940	1.935	1.925	1.919	1.776	1.955	1.777	18.486
-------------------------	----------	------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	---------------

FLUJO NO OPERATIVO:

INGRESOS:

Incr.Doctos a Pag.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Incr.Otros Pasivos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Aportaciones de Capital	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros Ingresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL INGRESO NO OPERATIVO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

EGRESOS:

Incr Inversión en Acciones	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversión Activo Fijo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pago de Dividendos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros Egresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL EGRESO NO OPERATIVO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

FLUJO NO OPERATIVO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
---------------------------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------

FLUJO OPERATIVO	40.156	18.142	17.649	24.774	3.573	(1.862)	1.337	(1.130)	(8.349)	8.217	(19.520)	(48.204)	34.783
FLUJO FISCAL	11.404	(3.434)	(2.159)	3.098	(2.079)	(177)	(1.581)	(1.147)	341	772	6.681	19.037	30.956
FLUJO FINANCIERO	0	859	1.119	1.396	1.883	1.940	1.935	1.925	1.919	1.776	1.955	1.777	18.486
FLUJO NO OPERATIVO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

FLUJO DEL PERIODO	51.560	15.567	16.610	29.267	3.577	(99)	1.694	(353)	(6.069)	10.764	(10.685)	(27.366)	84.225
--------------------------	---------------	---------------	---------------	---------------	--------------	-------------	--------------	--------------	----------------	---------------	-----------------	-----------------	---------------

Caja e Inversión en Valores:

Saldo Inicial	5.000	56.560	72.127	88.737	118.004	121.381	121.282	122.977	122.624	116.535	127.299	116.615	5.000
Saldo Final	56.560	72.127	88.737	118.004	121.381	121.282	122.977	122.624	116.535	127.299	116.615	89.225	89.225

FALLA DE ORIGEN

PROYECCION FINANCIERA

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DECIEMBRE	Total anual
FLUJO DE EFECTIVO													
FLUJO OPERACIONAL													
INGRESOS OPERATIVOS:													
Cobranza	149,593	120,339	96,521	95,225	76,825	81,590	69,808	62,687	67,791	100,715	137,231	277,592	1,335,917
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS	149,593	120,339	96,521	95,225	76,825	81,590	69,808	62,687	67,791	100,715	137,231	277,592	1,335,917
EGRESOS OPERATIVOS:													
Materias Primas	128,782	86,779	69,541	61,457	55,112	50,574	48,321	42,442	34,550	50,506	72,505	118,007	818,673
Otras Compras	(119,482)	(34,529)	(26,310)	(1,656)	(13,364)	5,380	(14,394)	(9,122)	(743)	39,043	42,911	140,730	6,422
PTU	0	0	0	0	18,452	0	0	0	0	0	0	0	18,452
Gastos Fijos y Mano de Obra	22,895	22,895	22,895	22,896	22,896	22,895	22,895	22,895	22,895	22,895	22,895	27,474	279,322
TOTAL EGRESOS OPERATIVOS	32,195	75,145	64,226	82,655	83,095	78,849	56,822	56,215	56,702	112,444	138,311	286,211	1,122,869
FLUJO OPERATIVO	117,398	45,194	32,295	12,570	(6,270)	2,741	12,987	6,472	11,089	(11,729)	(1,080)	(6,619)	213,048
FLUJO FISCAL:													
INGRESOS FISCALES:													
I.V.A. Cobrado	22,439	18,051	14,478	14,284	11,524	12,239	10,471	9,403	10,169	15,107	20,585	41,639	200,388
TOTAL INGRESO FISCAL	22,439	18,051	14,478	14,284	11,524	12,239	10,471	9,403	10,169	15,107	20,585	41,639	200,388
EGRESOS FISCALES:													
I.V.A. Enterado	33,956	19,005	14,517	11,044	10,849	8,089	8,804	7,037	5,969	8,734	11,673	17,150	154,928
I.V.A. Pagado	3,434	3,434	3,434	3,434	3,434	3,434	3,434	3,434	3,434	3,434	3,434	4,121	41,898
Anticipos I.S.R.	7,973	6,512	5,287	5,188	4,224	4,467	3,846	3,479	3,753	5,503	7,425	14,841	72,499
Pago Definitivo I.S.R.	0	0	61,583	0	0	0	0	0	0	0	0	0	61,583
TOTAL EGRESOS FISCALES	45,364	28,951	84,920	19,666	18,508	15,991	16,065	13,951	13,157	15,672	22,532	36,112	330,908
FLUJO FISCAL	(22,925)	(10,900)	(70,442)	(5,382)	(6,984)	(3,752)	(6,614)	(4,548)	(2,988)	(564)	(1,947)	5,527	(130,521)

FALLA DE ORIGEN

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	Total anual
FLUJO FINANCIERO													
INGRESOS FINANCIEROS:													
Disposiciones de Crédito:													
Faltantes de Efectivo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Créditos Corto Plazo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Créditos Largo Plazo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Productos Financieros	1.320	2.917	3.537	2.960	3.129	2.961	2.993	3.166	3.251	3.440	3.292	3.297	36.264
TOTAL INGRESO FINANCIERO	1.320	2.917	3.537	2.960	3.129	2.961	2.993	3.166	3.251	3.440	3.292	3.297	36.264
EGRESOS FINANCIEROS:													
Amortizaciones de Capital:													
Faltantes de Efectivo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Créditos Corto Plazo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Créditos Largo Plazo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos Financieros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL EGRESOS FINANCIEROS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
FLUJO FINANCIERO	1.320	2.917	3.537	2.960	3.129	2.961	2.993	3.166	3.251	3.440	3.292	3.297	36.264
FLUJO NO OPERATIVO:													
INGRESOS:													
Incr.Doctos x Pag	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Incr.Otros Pasivos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Aportaciones de Capital	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros Ingresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL INGRESO NO OPERATIVO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
EGRESOS:													
Incr.Inversión en Acciones	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversión Activo Fijo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pago de Dividendos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros Egresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL EGRESO NO OPERATIVO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
FLUJO NO OPERATIVO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
FLUJO OPERATIVO	1.320	2.917	3.537	2.960	3.129	2.961	2.993	3.166	3.251	3.440	3.292	3.297	36.264
FLUJO FISCAL	(22.925)	(10.900)	(70.442)	(5.382)	(6.984)	(3.752)	(5.614)	(4.548)	(2.986)	(564)	(1.947)	5.527	(130.521)
FLUJO FINANCIERO	1.320	2.917	3.537	2.960	3.129	2.961	2.993	3.166	3.251	3.440	3.292	3.297	36.264
FLUJO NO OPERATIVO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
FLUJO DEL PERIODO	95.793	37.211	(34.610)	10.148	(10.125)	1.949	10.366	5.091	11.352	(8.653)	265	205	116.791
Caja e Inversión en Valores:													
Saldo Inicial	89.225	185.018	222.229	187.619	197.767	187.642	189.592	199.957	205.048	216.400	207.546	207.811	89.225
Saldo Final	185.018	222.229	187.619	197.767	187.642	189.592	199.957	235.048	216.400	207.546	207.811	208.016	208.016

FALLA DE ORIGEN

PROYECCION FINANCIERA

RAZONES FINANCIERAS:

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	Total anual
I. LIQUIDEZ													
Act. Circ. a Pas. Circ.	5,12	4,85	4,74	3,26	3,38	3,33	3,43	3,52	3,45	2,98	2,48	1,98	1,96
Act. Circ. - Inv a Pas. Circ.	2,38	2,58	2,91	2,21	2,31	2,18	2,26	2,30	2,09	1,79	1,13	0,46	0,46
Rotacion de Inventarios	0,73	0,93	1,00	1,00	1,17	1,33	1,50	1,67	1,83	1,83	1,83	1,83	
II. ESTABILIDAD													
Cap. Contable a Act. Total	1,00	0,87	0,86	0,86	0,78	0,78	0,78	0,79	0,78	0,74	0,68	0,56	0,56
Pas. Total a Cap. Contable	0,00	0,14	0,16	0,17	0,29	0,28	0,29	0,28	0,28	0,35	0,48	0,77	0,77
Act. Fijo Neto a Pas. LP.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
III. RENDIMIENTO													
Ut. Neta a Ventas Netas	0,11	0,09	0,07	0,07	0,05	0,06	0,03	0,02	0,03	0,04	0,10	0,14	0,08
Ut. Neta a Act. Total	0,08	0,05	0,03	0,03	0,02	0,02	0,01	0,00	0,01	0,01	0,04	0,08	0,23
Ut. Neta a Cap. Contable	0,09	0,14	0,17	0,19	0,21	0,23	0,24	0,24	0,25	0,26	0,30	0,40	0,40
Vtas. Netas a Act. Total	0,73	0,52	0,41	0,36	0,31	0,30	0,27	0,24	0,25	0,26	0,37	0,56	2,70
IV. OTROS INDICADORES													
Costo de Ventas/Ventas Netas	0,64	0,64	0,64	0,64	0,64	0,64	0,64	0,64	0,64	0,64	0,64	0,64	0,64
Utilidad Bruta/Ventas Netas	0,35	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36
Utilidad de Oper./Ventas Netas	0,20	0,15	0,11	0,11	0,07	0,07	0,03	0,00	0,02	0,05	0,17	0,26	0,14
Gastos Finan./Ventas Netas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Capital de Trabajo (Dias de Ventas)													
Inventarios/Activo Total	0,51	0,34	0,31	0,26	0,23	0,23	0,26	0,26	0,26	0,30	0,31	0,44	0,66
Solvencia: Act. Total/Pas. Total	0,00	7,95	7,24	6,91	4,48	4,62	4,49	4,60	4,71	4,58	3,65	3,08	2,29

FALLA DE ORIGEN

PROYECCION FINANCIERA

-91-

RAZONES FINANCIERAS												Total	
ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	anual	
I. LIQUIDEZ													
Act. Circ. a Pas. Circ.	2,36	2,55	4,21	4,31	6,54	6,46	7,55	8,78	7,36	5,34	4,21	2,73	2,73
Act. Circ. - Inv. a Pas. Circ.	1,21	1,55	2,63	2,76	4,29	4,17	5,22	6,31	5,36	3,40	2,27	1,11	1,11
Rotacion de Inventarios	1,83	1,83	1,83	1,83	2,00	2,00	2,00	2,00	1,83	1,83	1,83	1,70	
II. ESTABILIDAD													
Cap. Contable a Act. Total	0,64	0,66	0,80	0,81	0,87	0,87	0,89	0,90	0,89	0,84	0,79	0,67	0,67
Pas. Total a Cap. Contable	0,57	0,51	0,25	0,24	0,15	0,15	0,12	0,11	0,13	0,18	0,26	0,49	0,49
Act. Fijo Neto a Pas. L. P.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
III. RENDIMIENTO													
Ut. Neta a Ventas Netas	0,11	0,10	0,08	0,08	0,05	0,06	0,04	0,02	0,03	0,09	0,12	0,15	0,09
Ut. Neta a Act. Total	0,04	0,03	0,02	0,02	0,01	0,01	0,01	0,00	0,01	0,02	0,04	0,07	0,22
Ut. Neta a Cap. Contable	0,06	0,11	0,13	0,15	0,16	0,18	0,18	0,19	0,19	0,22	0,25	0,33	0,33
Vtas. Netas a Act. Total	0,35	0,28	0,27	0,26	0,22	0,23	0,20	0,18	0,19	0,26	0,32	0,49	2,37
IV. OTROS INDICADORES													
Costo de Ventas/Ventas Netas	0,64	0,64	0,64	0,64	0,64	0,64	0,64	0,64	0,64	0,64	0,64	0,64	0,64
Utilidad Bruta/Ventas Netas	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36	0,36
Utilidad de Oper./Ventas Netas	0,20	0,16	0,12	0,11	0,05	0,06	0,02	-0,01	0,01	0,12	0,19	0,26	0,14
Gastos Finan./Ventas Netas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0
Capital de Trabajo (Dias de Ventas)													
Inventarios/Activo Total	0,42	0,33	0,31	0,30	0,29	0,30	0,26	0,23	0,23	0,31	0,38	0,54	0,54
Solvencia: Act/Total Pas. Total	2,75	2,97	5,05	5,13	7,87	7,73	9,04	10,52	8,75	6,25	4,83	3,02	3,02

FALLA DE ORIGEN

CAPITULO 6

6.1. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

El propósito de este trabajo ha sido demostrar si el negocio "El Pequeño Mundo de la Moda" es un proyecto viable que justifique arriesgar la inversión inicial y saber si en un lapso de 2 años se recupera la inversión suponiendo un pronóstico "x" de ventas de tendencia pesimista, y un cálculo proyectado de costos y gastos de tendencia optimista cuyo comportamiento dependerá a su vez del entorno económico-político-laboral y social en el cual debe desenvolverse este negocio a efecto de ver si arroja las utilidades necesarias y suficientes para justificar el arriesgue de la inversión.

6.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Analizar la factibilidad de un negocio no es asunto fácil sobre todo cuando se tiene la información que de cada 100 negocios que se dan de alta ante las autoridades, más del 50% no existirán después del 1er. año, y que después de 3 años solo entre un 10 y 15 % continuará funcionando, hace reflexionar que el establecer un negocio es algo que debe pensarse bien y para ello existe el proceso administrativo que nos da una serie de técnicas a considerar en la fase de planeación que eliminen al máximo la incertidumbre que todo proyecto trae aparejado.

El problema básico consiste en predecir el probable comportamiento de las ventas-utilidades (ó pérdidas) que en un cierto lapso de tiempo puedan darse.

Las utilidades son la variable dependiente del comportamiento que registren las ventas, los costos y los gastos, que en última instancia se mueven en función de otras variables externas a la empresa, como son las variables macroeconómicas cuyos parámetros de definición no están en manos del inversionista o del director gerente de un negocio, pero que sí está obligado a conocer pues de su conocimiento puede depender en buena medida el éxito o fracaso de la empresa.

De esta manera el director de un negocio está obligado a conocer cuales son los impuestos que debe pagar, cuales son las tasas de inflación que se registran en el país, las tasas de interés bancario que deba pagarse por el uso de dinero ajeno, el nivel de sueldos que debe pagar a sus empleados, la capacidad de compra de la población, etc.

6.3. OBJETIVO

Para el presente estudio el problema se plantea en la definición de las variables externas que afectarán el resultado de la empresa en el horizonte de proyección y por lo tanto la marcha del negocio hacia el éxito ó el fracaso.

De acuerdo a esta inquietud se estableció como objetivo general de estudio el entorno empresarial dividido a su vez en:

entorno político

entorno económico
entorno del mercado de ropa
entorno laboral
entorno fiscal

6.3.2. OBJETIVO ESPECIFICO

Conocer los aspectos cuantificables de los anteriores entornos que deban influenciar tanto el pronóstico de ventas como las utilidades esperadas.

Así, se cuantificaron las variables que afectan los resultados:

impac. 1.8% sobre el valor neto de los activos fijos.

iva. 15 % sobre el importe de las ventas a partir de abril de 1995
(10% de enero a marzo de 1995)

impuesto sobre la renta: 34% sobre el resultado fiscal

participación de los trabajadores en las utilidades de la empresa: 10% sobre la
utilidad neta

Se tomó en cuenta que el mercado de ropa guarda un comportamiento estacional en cuanto a sus ventas, de manera que los mayores ingresos se obtienen en la época navideña, día de reyes (6 de enero), día del niño (30 de abril) y períodos de graduación en escuelas primarias y secundarias y en los períodos vacacionales (semana santa y los meses de julio y agosto)

6.4 HIPÓTESIS

La hipótesis de este estudio es que si los resultados financieros que se obtengan mensualmente durante el horizonte de proyección a 2 años, son positivos en su mayoría, tomando en cuenta condiciones pesimistas (ventas no optimistas, costos y gastos moderadamente altos, descuentos promedio, pago de impuestos a sus tasas máximas sin evasión fiscal, etc.) el negocio es viable

6.5. VARIABLES

Todo aquello que haga variar el nivel de utilidades esperadas (variable dependiente), pues hagamos algo o no dentro de la dirección de la empresa, no sufrirán modificación alguna, sin embargo si las variables independientes son modificadas queramos o no las utilidades se verán afectadas.

6.5.1. DEPENDIENTES

Como ya hemos mencionado, la variable dependiente son las utilidades que dependen del nivel de ventas, costos y gastos que tengamos en un cierto periodo. A su vez, las ventas dependen de la capacidad de compra de la población. La capacidad de compra depende del nivel de sueldo pagado por las empresas

Los gastos dependen del manejo directivo, esto es, si un directivo descuida los gastos de representación, los de viaje, inversiones en autos de lujo y en general gastos generales muchos de ellos no deducibles de impuestos, no solo no generará utilidades sino estará empujando el negocio a la quiebra.

Los costos dependen de la capacidad de negociación de los precios de los productos que se comercialicen, que a su vez dependen de las fuerzas del mercado a la que se ven sujetos los proveedores de los insumos o productos.

Así mismo las utilidades dependen de la negociación que logremos con nuestros clientes para lograr un buen margen de venta al momento de comercializar los productos.

6.5.2. INDEPENDIENTES

El nivel de sueldo depende del buen manejo de la economía por parte de los líderes económicos (presidente de la república, secretario de hacienda, secretario de industria de comercio, secretario del trabajo, director del seguro social, sindicatos y coaliciones obreras, líderes y coaliciones patronales, industriales, comerciales, etc.).

Así tenemos que variables independientes como las tasas impositivas, (impac, isr, imss, nóminas, sar, infonavit, etc.) las definen los líderes económicos por lo que

se investigó dichos importes a la hora de efectuar la proyección de los estados financieros durante 1995-1996.

6.6. METODOLOGIA

6.6.1 Investigación de campo

Para conocer el comportamiento de algunas de las variables independientes como es el comportamiento del mercado de ropa a través de información de los competidores en la zona de influencia del negocio, para lo cual se contó con la excelente asesoría de una empresa asesora, administradora de negocios similares, así como la experiencia obtenida por quien escribe el presente trabajo, a lo largo de 4 años de trabajo en diversos puestos de negociaciones similares (comprador, vendedor, auxiliar contable, cajero, tesorero, encargado, etc.).

De esta forma se tomó la base informativa que nos permitió elaborar un modesto pronóstico de ventas, conocer los costos, los descuentos que los posibles proveedores pueden ofrecer, la esperanza de ventas de un negocio nuevo en la zona de San Juan de Letrán.

6.6.2. Investigación Documental

Con la información obtenida mediante la investigación de campo, se hizo uso de un modelo matemático de proyección financiera para proyectar los estados financieros mensuales de los 2 primeros años de vida del negocio y en base a este análisis llegar a las conclusiones que más adelante se mencionan.

Para la correcta proyección del negocio hubo que consultar libros especializados en los temas fiscales y financieros, manuales de uso de programas de hojas de cálculo como los de Micrisoft-Works, Lotus 1-2-3 para Windows, manual del Programa APD de proyección financiera, todos ellos referidos en la bibliografía de este trabajo.

CONCLUSIONES

Dado que la hipótesis descrita en el apartado 6.4 se cumple pues se obtienen los resultados positivos esperados en el aspecto económico, establezco las siguientes conclusiones:

Desde un punto de vista financiero al analizar la información de los estados financieros obtenidos a partir del modelo de proyección, concluyo que si bien el pronóstico de ventas efectuado para que sirviera de base a toda la proyección en general fue conservador excepto en el renglón de costos y gastos generales, así como de las inversiones en adaptación del local, y que el negocio genera los flujos monetarios suficientes después de pago de impuestos y las utilidades que al acumularse en dos años, permiten recuperar más de lo que fue la inversión inicial, la oportunidad de inversión en el Pequeño Mundo de la Moda es bastante buena, pues si la viabilidad de obtener resultados positivos y por consiguiente el éxito del negocio se da en un entorno económico negativo como en el que se proyectó, con más razón es viable si el entorno se vuelve positivo.

Desde un punto de vista social, el negocio genera empleos directos remuneradores, por lo que considero que el arriesgar fondos monetarios para invertir en una actividad empresarial es una actividad que no sólo busca el enriquecimiento del inversionista o grupo de accionistas, sino contribuir con el desarrollo social en general al ayudar en la generación de fuentes de empleo, buscando que el personal logre no solo satisfacer sus necesidades materiales sino también psicológicas como es el sentimiento de seguridad de contar con un empleo

estable o el de superación al saber que desempeñando eficazmente su trabajo se puede desarrollar y aspirar a que en el futuro se presenten oportunidades de promociones y ascensos a los que pueda acceder en base a la experiencia y desarrollo que el negocio les permita.

Desde el punto de vista macroeconómico concluyo que el inversionista debe procurar el pago justo y oportuno de impuestos que el negocio debe hacer, para contribuir a que el gobierno se fortalezca con medios monetarios para sus programas de mejoramiento social y gasto público lo que a su vez fomenta la generación de más empleos para la sociedad mexicana.

Mi conclusión particular es que con la creación de negocios es como vamos a resolver los problemas que hoy en día nos afligen a los mexicanos, pero no solo se trata de crear por crear sin considerar las variables que posiblemente afecten a un negocio y caer en la posibilidad de fracasar y perder el patrimonio inicial, sino que para evitar que esto suceda, debe considerarse la influencia de las variables analizadas en este trabajo, proyectarlas financieramente para conocer su efecto en los resultados de la empresa y cuantificar el riesgo que puedan tener y así establecer la meta económica a alcanzar cuando exista la posibilidad de lograr resultados satisfactorios. En pocas palabras no empezar una empresa hasta no cuantificar los resultados posibles en función al análisis detallado del pronóstico de ventas, costos, inversiones y gastos a los que deba enfrentarse así como la influencia que sobre todos estos aspectos tenga el entorno de los negocios.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Cesantía: Jubilación

Dirimir: Resolver o terminar una controversia

Rubro: Apartado

Suntuarios: De lujo

BIBLIOGRAFIAS

- Cázares Hernández, Laura, et.al
Técnicas Actuales de Investigación Documental
Editorial Trillas, S.A. de C.V. México D.F.
1990, 194p.p.
- Chiavenato, Idalberto
Administración de recursos humanos. Mc Graw-Hill/
Interamericana de México, S.A de C.V., México D.F.
1988, 578p.p.
- Del Río Gonzalez, Cristobal
Costos para Administradores y Dirigentes.
Primera Edición. Ediciones Contables y
Administrativas, S. A. México, D.F.
1985, 99p.p.
- Eco, Humberto
Como se hace una tesis. Editorial Gedisa S.A.,
España, 1977, 267 p.p.
- Gitman, Lawrence J.
Fundamentos de Administración Financiera. Tercerea Edición
Harla, S.A. de C.V., México D.F., 1986, 782p.p.
- Hernández Sampieri, Roberto, et.al.
Metodología de la Investigación. Mc Graw-Hill/
Interamericana de México. México D.F.
1991, 505p.p.
- Hernández y Rodríguez, Sergio
Fundamentos de Administración. Nueva Editorial
Interamericana, S.A. de C.V. México D.F.
1980, 421 p.p.
- Koontz, Harold, Cyrill O'Donnell y Heinz Wehrich
Elementos de Administración. Tercera Edición (segunda
en español). Libros McGraw Hill de México, S.A. de C.V.
México D.F. 1983. 614 p.p.

- Reyes Ponce, Agustín
Administración de Empresas. Teoría y práctica
Primera Parte. Editorial Limusa, S.A. de C.V.
México D. F. 1993, 189 p.p.
- Reyes Ponce, Agustín
Administración de Empresas. Teoría y práctica
Segunda Parte Editorial Limusa, S.A. de C.V.
México D.F. 1993, 392 p.p.
- Riggs, James L.
**Sistemas de Producción. Planeación,
Análisis y Control.** Editorial Limusa S.A. de C.V.
México D.F. 1990, 683 p.p.
- Robbins, Stephen P.
**Comportamiento Organizacional. Conceptos,
Controversias y Aplicaciones.** Tercera Edición.
Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A.
1987, 566p.p.
- Thierauf, Robert J.
Auditoría Administrativa . Editorial Limusa S.A. de C.V.
México , D.F., 1984, 275 p.p.
- Velázquez Mastreta, G.
Administración de los sistemas de producción.
Quinta Edición. Editorial Limusa, S.A. de C.V.
México D.F. 1990, 290 p.p.