

# Universidad Autónoma de Baja California

Facultad de Ciencias Administrativas  
Especialidad en Administración Financiera



Proyecto:

## **BASICO BLUSAS**

Moda S de RL de CV

LC Ada Yolgen Solano Díaz

**EVALUACION ECONOMICA**

## INDICE

### RESUMEN EJECUTIVO

#### 1.1 OBJETIVO DEL PROYECTO

#### 1.2 ARTÍCULOS

- 1.2.1 Descripción
- 1.2.2 Calidad
- 1.2.3 Destino
- 1.2.4 Consumidores

#### 1.3 UBICACIÓN

#### 1.4 MERCADO

- 1.4.1 Mercado meta
- 1.4.2 Demanda actual y proyectada
- 1.4.3 Oferta actual y proyectada
- 1.4.4 Fracción de la demanda que se atenderá en el proyecto
- 1.4.5 Conclusión

#### 1.5 OPERATIVO

- 1.5.1 Insumos críticos
- 1.5.2 Tecnología y equipo
- 1.5.3 Obras físicas
- 1.5.4 Conclusión
- 1.5.5 Aspectos administrativos
- 1.5.6 Costos de venta unitarios
- 1.5.7 Conclusión

#### 1.6 FINANCIERO

- 1.6.1 Inversión fija y de capital de trabajo
- 1.6.2 Aportaciones de accionistas y créditos
- 1.6.3 Características del financiamiento
- 1.6.4 Cuadro con utilidades y flujos
- 1.6.5 Punto de equilibrio

#### 1.7 EVALUACIÓN ECONÓMICA

- 1.7.1 Principales coeficientes e indicadores utilizados
- 1.7.2 Conclusión

#### 1.8 PLAN DE EJECUCIÓN

#### 1.9 CONCLUSIÓN DEL PROYECTO

### ESTUDIO DE MERCADO

#### 2.1 INTRODUCCIÓN

#### 2.2 OBJETIVO DEL ESTUDIO

- 2.2.1 Objetivos generales
- 2.2.2 Objetivos específicos

#### 2.3 EL ARTICULO Y/O SERVICIO EN EL MERCADO

- 2.3.1 Definición del artículo y/o servicio

#### 2.4 ÁREA DE MERCADO

- 2.4.1 Consumidores y características
- 2.4.2 Área geográfica
- 2.4.3 Población

#### 2.5 COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA

- 2.5.1 Situación Actual
  - 2.5.1.1 Series estadísticas básicas
  - 2.5.1.2 Estimación de la demanda actual



- 3.7.2 Forma jurídica de constitución
- 3.7.3 Estructura accionaria
- 3.7.4 Consejo de administración
- 3.7.5 Organigrama general
- 3.7.6 Responsables del proyecto
- 3.7.7 Requerimientos del personal
- 3.7.8 Tabuladores de sueldos
- 3.7.9 Prestaciones al personal

### 3.8 ANÁLISIS DE COSTOS

- 3.8.1 Costo total de la inversión fija
- 3.8.2 Del mobiliario y equipo
- 3.8.3 Costos y gastos del servicio
  - 3.8.3.1 Sueldos del personal
  - 3.8.3.2 De los servicios (otros costos)
  - 3.8.3.3 Depreciación y amortización
- 3.8.4 Costos del artículo y/o servicio

### 3.9 CONCLUSIÓN

## ESTUDIO FINANCIERO

- 4.1 INVERSIÓN TOTAL INICIAL, FIJA Y DIFERIDA
- 4.2 PROGRAMA DE ORÍGENES Y APLICACIONES DEL PERIODO PREOPERATIVO
- 4.3 DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS
- 4.4 DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES
- 4.5 GASTOS DE ADMINISTRACIÓN
- 4.6 GASTOS DE VENTA
- 4.7 CAPITAL DE TRABAJO
- 4.8 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO
- 4.9 ESTADO DE RESULTADOS PRO FORMA
- 4.10 PUNTO DE EQUILIBRIO
- 4.11 ESTADO DE ORIGEN Y APLICACIÓN DE RECURSOS
- 4.12 BALANCE GENERAL
- 4.13 COSTO DE CAPITAL Y TASA MINIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO
- 4.14 RESÚMENES Y CONCLUSIÓN

## EVALUACIÓN ECONÓMICA

- 5.1 MÉTODOS DE EVALUACIÓN
  - 5.1.1 Recuperación de la inversión
  - 5.1.2 Razones financieras
  - 5.1.3 Valor presente neto
  - 5.1.4 Tasa interna de rendimiento
  - 5.1.5 Valor económico agregado
- 5.2 SENSIBILIDADES
  - 5.2.1 Alternativas de simulación
- 5.3 CONCLUSIÓN

## CONCLUSIONES

# Resumen Ejecutivo

## Basico Blusas MODA S DE RL DE CV

## RESUMEN EJECUTIVO

### 1.1. OBJETIVO DEL PROYECTO

El proyecto, analizado en este estudio consiste en la venta de blusas, aretes, cintos y cosméticos que operara bajo la denominación de “Moda S. de R.L. de C.V.”, con la ubicación en el municipio de Mexicali, Baja California.

A continuación se resumen los aspectos más relevantes del proyecto:

### 1.2. ARTÍCULOS

Blusas, aretes, cintos y cosméticos.

#### 1.2.1. Descripción

Las blusas se definen como un artículo elaborado a base de diferentes tipos de tela como seda, gasa, camiseta, poliéster, etc. En lo que respecta a los aretes y cintos son de un sin fin de variedades de igual manera sucede con los cosméticos.

#### 1.2.2. Calidad

Las blusas, aretes, cintos y cosméticos son artículos de la más alta calidad cubriendo todos los aspectos considerados relevantes para el gusto del cliente, por ejemplo material, corte, diseño y manufactura.

#### 1.2.3. Destino

Ser artículos competitivos dentro del mercado así como ser artículos indispensables para la vestimenta de las mujeres hoy en día, con la finalidad de verse bien y cómodas.

#### 1.2.4. Consumidores

Principalmente estos productos están enfocados a las mujeres que oscilan entre los 18 y 40 años en general, principalmente a los consumidores que estén alrededor del área geográfica donde se encuentra ubicada la tienda.

### 1.3. UBICACIÓN

El local en el cual se pretende instalar la tienda de ropa, se encuentra ubicado en el Estado de Baja California, en el municipio de Mexicali, específicamente el local 11 por el pasillo principal de la Plaza San Pedro.

## 1.4. MERCADO

### 1.4.1. Mercado meta

El mercado meta del proyecto se encuentra ubicado alrededor de la Plaza San Pedro en las colonias:

- Vistahermosa
- Cataviña
- San Pedro Residencial
- Santa Teresa
- Las Fuentes

Por ser las colonias con mayor consumo en cuanto artículos no duraderos específicamente blusas, aretes, cintos y cosméticos.

### 1.4.2. Demanda actual y proyectada

Conforme a información arrojada por INEGI la población dentro del municipio donde pensamos colocar nuestro artículo es aproximadamente de 902,983 habitantes dentro de cinco años aumentara debido a que la mayoría de la población está compuesta por mujeres, quienes son nuestro mercado a seguir.

### 1.4.3. Oferta actual y proyectada

La oferta estimada para los próximos cinco años es del 25% de la población del área alrededor del local, una afluencia de clientes de aproximadamente 350 clientes por semana, es decir .03% de la población total de la ciudad, se modificara porque se tiene planeado la introducción de nuevos artículos y se espera crecer un 5% anual.

### 1.4.4. Fracción de la demanda que se atenderá en el proyecto

Moda S. de R.L. de C.V., va a satisfacer menor del 1% de la demanda lo que consideramos que es un área de oportunidad ya que tenemos mucho campo de expansión.

### 1.4.5. Conclusión

Aunque la población se ve un poco afectada, también existen muchas tiendas nuevas con el mismo giro que nosotros pero nuestros artículos tienen la ventaja de ser para personas con nivel socioeconómico medio-alto.

## 1.5. OPERATIVO

### 1.5.1. Insumos críticos

Es necesario tener un stock constante de materiales necesarios para la envoltura de los productos comprados por el cliente, los cuales son:

- Caja
- Papel de china
- Elástico

### 1.5.3. Tecnología y Equipo

La tecnología que será necesaria adquirir para poder llevar a cabo el proceso de colocación de mercancía es la siguiente:

- Sistema SAIT
- Punto de Venta (mueble)
- Mensulas
- Mesas
- Rieles y Spots (iluminación)
- Islas
- Mueble Aparador
- Brazos y ganchos
- Sensores

### 1.5.4. Obras físicas

#### Área de Venta

El área de venta será acondicionada con piso brillante que contraste con la pared, el mueble exhibidor debe ser de madera, las paredes de concreto serán pintadas y la pared frontal tapizada. A lo largo de las paredes se colocaran paredes ranuradas para colocar la mercancía, así como mobiliario de exhibición y dos aparadores en las ventanas de la entrada. En el área de venta habrá cubos para la exhibición de la mercancía, una vitrina y muebles con cajones para el resguardo de mercancía.

#### Punto de Venta

El punto de venta se ubica en el lado derecho del local, ocupando un 5% del área de venta. Se colocara un mueble de madera donde se ubicara la computadora y todo lo necesario para procesar las ventas, así como el material de envoltura para los artículos adquiridos por lo clientes.

#### Almacén

El almacén deber ser alfombrado y contar con una pared ranurada para colocar la mercancía que posteriormente será exhibida. Hay un baño para uso exclusivo del personal ubicado en el área de almacén, de aproximadamente 1.5 metros cuadrados.

#### Vestidores

Los vestidores deben ser de 1.5 x 2 m, constan de pared lisa pintada, una cortina de tela gruesa color rojo, un foco colgante plateado, un banquillo pequeño y dos ganchos sujetos a la pared, para colocar la mercancía a probar.

### 1.5.5. Conclusión

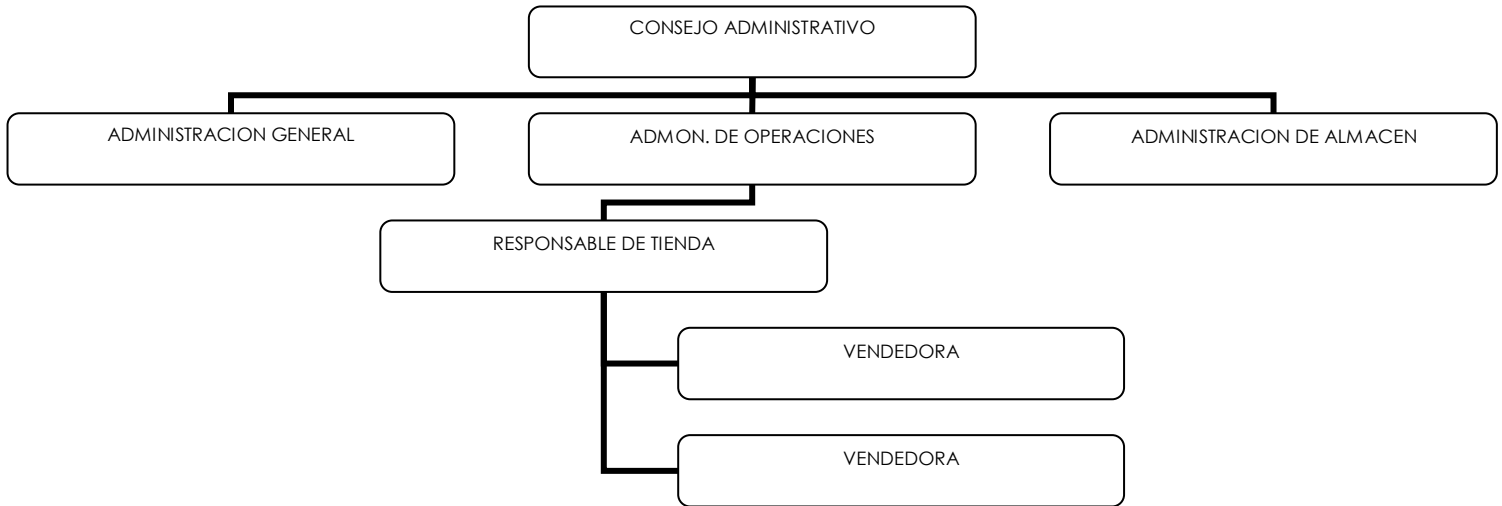
El acondicionamiento del local y los procesos de la empresa estan correctamente establecidos, por lo que no se encontró ninguna imposibilidad técnica que en un momento determinado pudiera impedir llevar a cabo el proceso de colocación de mercancía, comprobando con ello la factibilidad del proyecto.

### 1.5.6. Aspectos administrativos

Se constituirá una sociedad mercantil, denominada “Moda S. de R.L. de C.V.”, la cual estará integrada por tres socios con un capital suscrito de \$500,000 pesos los cuales serán íntegramente suscritos y pagados a la fecha de la constitución de la sociedad.

La empresa esta conformada por un consejo administrativo de donde se desprenden la administración general, administración de operación y administración de almacén.

Organigrama general:



### 1.5.7. Costos de venta unitarios

Costo de Venta por Unidad						
Concepto / Unidad	Blusa 1	Blusa 2	Blusa 3	Aretes	Cintos	Cosmeticos
Costo de Adquisicion	5.25	9.25	13.25	1.75	1.25	3.25
Flete Mensual	2.75	2.75	2.75	2.75	2.75	2.75
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>8.00</b>	<b>12.00</b>	<b>16.00</b>	<b>4.50</b>	<b>4.00</b>	<b>6.00</b>

### 1.5.8. Conclusión

Los costos unitarios aumentan debido al incremento constante del tipo de cambio, pero en general se mantiene el mismo promedio durante los cinco años.

## 1.6. FINANCIERO

### 1.6.1. Inversión fija y de capital de trabajo

El proyecto contempla una inversión total de \$ 989,468.15 pesos, a un tipo de cambio de \$13.00 pesos.

### 1.6.2. Aportaciones de accionistas y créditos

Del monto total de la inversión fija requerida y de capital de trabajo \$500,000.00 pesos serán aportados por los accionistas y los restantes \$489,468.15 pesos se pretenden financiar con un préstamo bancario. Las disposiciones del crédito se programaron durante el periodo preoperativo de la siguiente manera:

## Moda S de RL de CV

### Programa de Orígenes y Aplicaciones del Periodo Preoperativo

CONCEPTO	TOTAL EN PESOS	MES		
		1	2	3
<b>Origen de Recursos</b> Aportacion de Accionistas 50.53%	\$ 500,000.00	\$ 142,925.27	\$ 42,793.19	\$ 80,625.39
<b>Credito Bancario:</b> Credito Bancario 49.46%	\$ 489,468.15	\$ 139,914.73	\$ 41,891.81	\$ 78,927.11
<b>Total de Orígenes de Recursos</b>	<b>\$ 989,468.15</b>	<b>\$ 282,840.00</b>	<b>\$ 84,685.00</b>	<b>\$ 159,552.50</b>

### 1.6.3. Características del financiamiento

El financiamiento se contempla a un plazo de 4 años con pagos mensuales a una tasa del 18% nominal.

Las proyecciones financieras para evaluar la viabilidad económica del proyecto fueron elaboradas a 5 años a precios constantes y tasas reales.

#### Prestamo Bancario

Monto	500,000.00
Interes	18.00%
Comision	1.50%
Periodos	48
Neto a Recibir	492,500.00

#### 1.6.4. Punto de equilibrio

##### Punto de Equilibrio por Artículos

	BLUSA 1	BLUSA 2	BLUSA 3	ARETES	CINTOS	COSMETICOS	TOTALES
PE en Unidades	377	268	221	246	189	236	1,538
PE en Efectivo	\$ 7,535.05	\$ 8,049.74	\$ 8,847.24	\$ 1,970.58	\$ 1,893.42	\$ 2,360.29	\$ 30,656.33

#### 1.7. EVALUACION ECONOMICA

##### 1.7.1. Principales coeficientes e indicadores utilizados

Razones Financieras		1	2	3	4	5
Razon Circulante	$\frac{\text{Activo circulante}}{\text{Pasivo circulante corto plazo}}$	0.91	1.33	1.68	9.20	6.22
Prueba del acido	$\frac{\text{Activo circulante} - \text{Inventario}}{\text{Pasivo Corto plazo}}$	0.04	0.61	0.37	0.19	2.12
Capital de trabajo	Activo circulante - Pasivo a corto plazo	-\$46,392.25	\$206,241.71	\$249,797.98	\$331,829.44	\$640,121.49

##### Análisis Económico

<b>Tiempo de Rendimiento Contable</b>	$\frac{\text{Utilidad promedio}}{\text{Inversion}}$	<b>0.18</b>
<b>Valor Presente Neto</b>		<b>-\$419,502.33</b>
<b>Tasa Interna de Rendimiento</b>		<b>-3.38%</b>

##### 1.7.2. Conclusión

En el estudio económico se determinó que el proyecto genera flujos de efectivo desde el primer mes, sin embargo, el valor presente neto es inferior al monto de la inversión, esto significa que no muestra niveles de rentabilidad atractivos por los inversionistas por encima del costo del capital promedio ponderado deflactado, dando como resultado un rendimiento neto de -3.38% en el escenario proyectado, estos resultados negativos en los indicadores antes mencionados no son lo esperado, por lo que se determina que el proyecto no es rentable.

**1.8. PLAN DE EJECUCION****Fechas de iniciación y terminación del proyecto.**

Etapa	Año 0			Año 1
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 1
Selección del Sitio	X			
Remodelación del Local		X		
Instalación del Material de Exhibición			X	
Adquisición de la Mercancía			X	
Entrenamiento del Personal				X
Operación				X

**Recursos ejercidos en la iniciación y terminación del proyecto.**

**Moda S. de R.L. de C.V.**  
**Programa de Actividades Preoperativas**

Diagrama de Gant

Etapa	Año 0			Año 1	TOTALES
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 1	
Selección del Sitio	0.00				0.00
Remodelación del Local	99,077.50	99,077.50			198,155.00
Equipamiento de Local		158,852.38	158,852.38		317,704.75
Adquisición de activos fijos			30,532.50		30,532.50
Adquisición de la Mercancía				104,165.75	104,165.75
Entrenamiento del Personal				0.00	0.00
Operación				0.00	0.00
IMPORTES PARCIALES:	99,077.50	257,929.88	293,550.63	0.00	650,558.00
PORCENTAJE PARCIAL:	15.23%	39.65%	45.12%	0.00%	
IMPORTES ACUMULADOS:	99,077.50	357,007.38	650,558.00	650,558.00	
PORCENTAJE ACUMULADO:	15.23%	54.88%	100.00%	100.00%	

## 1.9. CONCLUSION DEL PROYECTO

Durante la evaluación del proyecto se determinaron los presupuestos de venta y compra para ofrecer nuestros artículos al área de Mexicali donde se encuentra la tienda, esperando entrar al mercado y poder satisfacer un parte de demanda insatisfecha que se presenta en la localidad, permitiendo tener una participación con el presente proyecto del 25% de esa demanda, con lo que se concluye que existe una necesidad insatisfecha de bloque que se incrementara de acuerdo al crecimiento de la población, creando la necesidad de un incremento de la oferta en el mercado, por lo que el proyecto puede penetrar en el mercado y además captar mas clientes mediante la distinción que ofrece y el servicio que presta.

Se estudio a detalle las diversas opciones de localización del loca, decidiéndose por Plaza San Pedro. Dicha locación mostró ser un mejor punto por su ubicación estratégica entre colonias con mayor poder económico y por lo tanto mayor poder de compra.

Se analizo también como el proceso de compra, desde las visitas a proveedores en el extranjero, la selección de las prendas, el traslado de estas, el mecanismo para fijar precios y la exhibición de los artículos en el local.

El estudio mostró la necesidad de mantener stock de ciertos insumos críticos para el servicio que ofrece la tienda y que es con lo que buscan diferenciarse de la competencia, esto no eleva el costo del producto, se maneja como un gasto. A su vez, los costos fijos y variables y todas las necesidades de insumos fueron analizados, y no se encontró ningún impedimento de tipo tecnológico, humano o material para llevar a cabo el proyecto.

Una vez analizado los aspectos de mercado y técnico, se realizo un estudio financiero en donde se determino que la empresa generaría flujos de efectivos positivos a partir del primer año, y muestra un crecimiento del 5% anual respecto al año anterior.

En el estudio económico se determino que el proyecto no muestra niveles de rentabilidad atractivos por los inversionistas por encima del costo del capital promedio ponderado deflactado, dando como resultado un rendimiento neto de -3.38% en el escenario proyectado, por lo que se determina que el proyecto no es rentable.

Por el análisis antes planteado concluimos que la "Basico Blusas" es factible y viable, pero no rentable.

# Estudio de Mercado

## Basico Blusas MODA S DE RL DE CV

## **ESTUDIO DE MERCADO**

### **2.1. INTRODUCCION**

La moda contribuye en la evolución de la sociedad y cambia constantemente junto a ella. La moda siempre está presente en todos los aspectos de nuestra vida, aunque en muchos casos nosotros no somos conscientes de esta realidad.

El hombre copia por naturaleza y con la aparición de los medios de comunicación de masas, esta característica se ha acentuado hasta tal punto que nos encontramos camino de la homogeneidad. Nos referimos a un concepto que se ha popularizado mucho durante esta década: la concepción del mundo como una aldea global.

El fenómeno de la moda ha sido estudiado desde perspectivas muy diversas y su concepto se ha ido ampliando, al pasar de la indumentaria a todo aquello que está de actualidad.

Sabemos que el mundo está en crisis y la industria de la moda no escapa de esto, pero la moda nos seguirá acompañando, en las buenas y en las malas. La gente seguirá sintiendo la necesidad de comprar y de vestir algo nuevo.

### **2.2. OBJETIVO DEL ESTUDIO**

#### **2.2.1 Objetivos generales**

El estudio del mercado trata de determinar la necesidad que tienen los consumidores actuales y potenciales de un artículo en un área delimitada.

También identifican las empresas ya establecidas pertenecientes a nuestro giro y las condiciones en que se están adquiriendo los artículos, así como la manera en que se está haciendo llegar a los clientes y el servicio que se proporciona al momento de adquirir el artículo.

Todas la empresas y negocios, sin importar su giro o dimensión, están expuestas a los vaivenes del mercado. Esos movimientos en ocasiones generan grandes oportunidades de negocio, pero otras veces causan serias amenazas a las empresas.

#### **2.2.2. Objetivos específicos**

Para conocer la disposición de compra del producto, así como las condiciones se realizaron encuestas, a las personas que son compradores potenciales de los artículos, llevadas a cabo dentro de la Plaza San Pedro en el municipio de Mexicali, Baja California.

## 2.3 ARTÍCULO Y/O SERVICIO EN EL MERCADO

### 2.3.1. Definición del producto y/o servicio

Desde el punto de vista comercial, es cualquier cosa que puede ser ofrecida al mercado para su compra, para su utilización o para su consideración. Es cualquier bien, servicio o idea capaz de motivar y satisfacer a un comprador.

Los artículos que comercializará la empresa son ropas de vestir casuales, dichos productos son:

- a) Blusas
- b) Aretes
- c) Cintos
- d) Cosméticos

Cada artículo que se compra debe cumplir con estándares de calidad referentes al material, corte, diseño, estilo y manufactura.

Material: la tela o el material del que este elaborada la prenda debe verse bien, el color del textil debe apreciarse intenso y nítido, sin manchas ni decoloraciones. El material no debe verse interrumpido por rasguños o imperfecciones.

Corte: debe ser ejecutado acorde al estilo que se busca, sin alteraciones ni imperfecciones.

Diseño: se buscan diseños actuales o acordes a la tendencia de la temporada elegida por la Gerente de Compra.

Manufactura: se busca que la prenda este completamente elaborada con calidad y respetando el diseño.

Los artículos que se venden se clasifican dentro de la categoría de bienes no duraderos: dado que estos son los bienes tangibles que se consumen una sola vez o en unas cuantas veces de uso, Las ropas casuales se vuelven obsoletas con el Paso de la Moda.

## 2.4. AREA DE MERCADO

### 2.4.1. Consumidores y características

Se ofrecerá a los clientes consumidores finales las prendas de diseños de estilo casual, práctico para toda ocasión, que sea confortable de acuerdo a su estilo de vida, que les permita verse bien y les eleve su autoestima y les proporcione felicidad por no hallarse defraudado por la adquisición porque realizaron una buena compra.

Las características de nuestros consumidores son sexo femenino, clase media-alta, es decir personas con un ingreso familiar casi del doble del promedio nacional, y la clase media, personas con ingreso un tanto por encima del promedio nacional, y por último la edad de los clientes que oscila entre los 18 y 40 años.

### 2.4.2. Área geográfica

Nuestra Tienda estará ubicada dentro de un local en la Plaza San Pedro en el municipio de Mexicali, Baja California, atendiendo a todo el público de dicha zona.



La Plaza San Pedro se encuentra ubicada sobre Calzada Cetys No.1801 en Colonia Rivera; entre Calzada Cuauhtemoc y Periférico Oriente. En el Noreste de la ciudad. El local es el número 15, ubicado sobre el pasillo principal.

### 2.4.3. Población

Dando un total de población de 902,983 habitantes aproximadamente en el municipio de Mexicali donde se venderán los artículos en el estado de Baja California.

## 2.5. COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA

### 2.5.1. Situación actual

Se puede destacar que existe una demanda insatisfecha en el mercado de prendas de vestir de estilo casual, para las mujeres entre 18 a 40 años, dado que no presentan elevada fidelidad hacia una marca.

Otro aspecto favorable es que a casi la totalidad de la población, le gusta y compra prendas de vestir de estilo casual. Es bueno, también, notar que la gran mayoría realiza sus compras al contado.

Notablemente resaltan los atributos de comodidad, calidad, precio y estilo, que de acuerdo a estos parámetros la Tienda podrá realizar su segmentación.

#### 2.5.1.1 Series estadísticas básicas

##### ESTRUCTURA DEL GASTO DE LOS HOGARES

Se estudio en base a estadísticas emitidas por la INEGI, como se distribuye el gasto en los hogares de la localidad, para observar el porcentaje del ingreso que se destina a bienes no duraderos, específicamente prendas de vestir, para poner atención a este porcentaje de posibles ingresos y atacar a la demanda insatisfecha:

Nombre	20% MAS POBRE DE LOS HOGARES	20% MAS RICO DE LOS HOGARES
Gasto Total (En %)	100.00%	100.00%
Alimentos y bebidas	41.80%	14.47%
Pan y cereales	14.37%	2.59%
Legumbres y hortalizas	6.87%	1.85%
Aceites y grasas	1.90%	0.54%
Carne	11.00%	4.27%
Leche, queso y huevos	1.68%	1.79%
Otros alimentos	5.98%	3.43%
<b>Prendas de vestir y calzados</b>	<b>5.66%</b>	<b>5.52%</b>
Vivienda, agua, electricidad, gas y otros	21.37%	25.76%
Transporte	8.05%	9.28%
Otros	23%	44.97%

#### 2.5.1.2 Estimación de la demanda actual

Creemos que la demanda actual de prendas de vestir se encuentra insatisfecha, por lo que nuestra meta es satisfacer esta demanda con artículos de última moda y excelente calidad, ya que el mercado al que pretende entrar Básico Blusas esta cambiando constantemente, lo que es una área de oportunidad que se busca aprovechar.

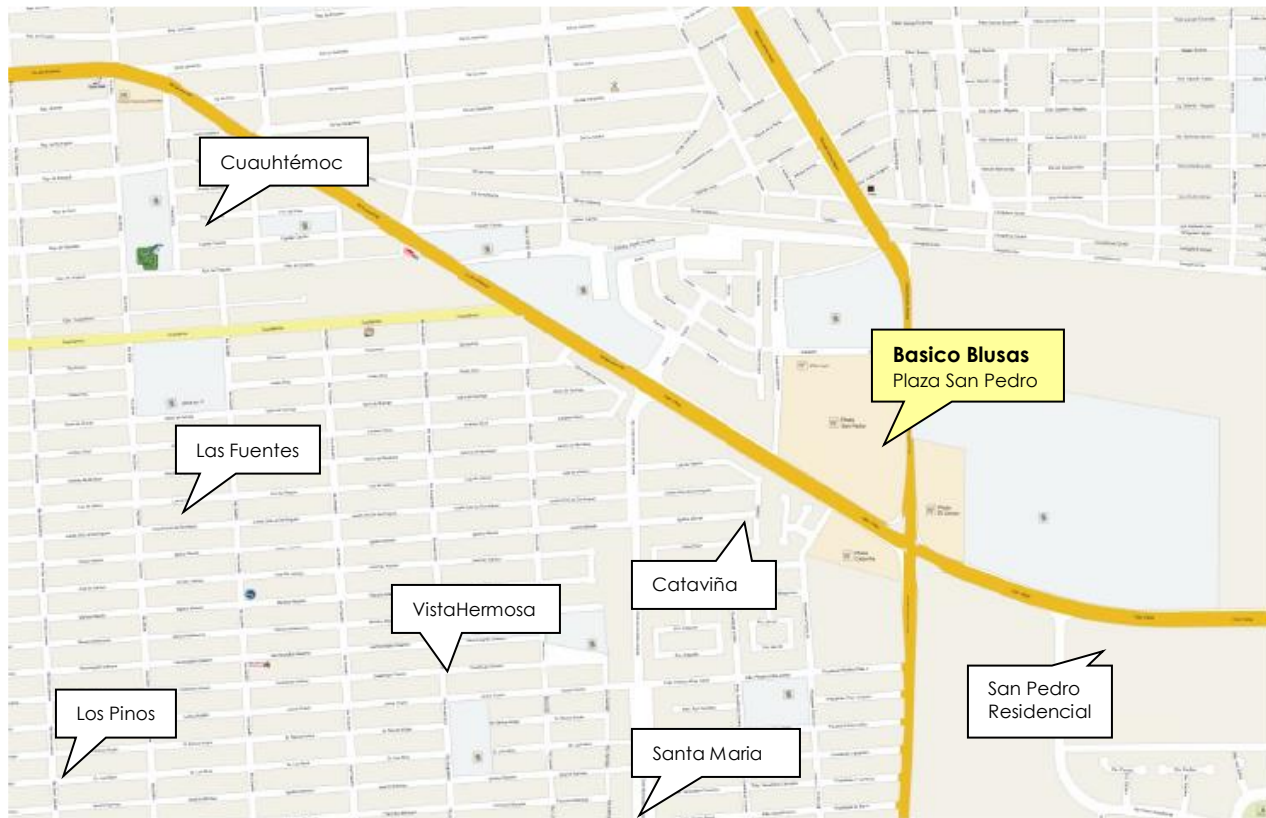
### 2.5.1.3 Distribución geográfica de los consumidores

Económicamente, el ingreso discrecional de la media y alta clase ha hecho que Mexicali se transforme en una ciudad moderna con una cultura vibrante, una característica que ha atraído a muchos negocios nacionales e internacionales que, anteriormente, habían ignorado a la ciudad. Aparte de la clase media, en Mexicali uno puede esperar encontrar áreas con personas muy ricas. Algunas áreas de la ciudad reflejan la cantidad significativa de gente rica que habitan en la ciudad, en tales áreas como San Pedro, Villafontana, y la Col. Nueva.

Estratégicamente se eligió ubicar el local en una plaza cercana a colonias con ingresos altos y mayor poder de compra.

El local comercial de Básico Blusas esta ubicado en Plaza San Pedro, y atenderá a los clientes de las colonias colindantes, que son: San Pedro, Cataviña, Los Pinos, Vista Hermosa, Las Fuentes, Santa María y Cuauhtémoc.

A continuación, se ubica el local en relación a las colonias antes mencionadas:



### 2.5.1.4 Topología de los consumidores

El mercado al que nos dirigimos está conformado generalmente por mujeres, que representan casi el 50% de la población total de la ciudad, pertenecientes a la clase media-alta que representa un 70% del total del mercado femenino, creemos que las mujeres que están entre los 12 y 24 años resultan ser las responsables de los índices de compra de vestimenta más altos. El fuerte de este segmento, está concentrado entre las mujeres de entre 20 a 24 años, quienes prefieren la ropa interior, los pantalones, medias, sandalias, camisas, ropa deportiva, carteras y cinturones.

Participación de los Clientes según su Grupo de Edad:

edad	% de participacion
18-20	6.12%
21-25	38.78%
26-30	20.41%
31-35	14.29%
36-40	20.41%
<b>suma</b>	<b>100.00%</b>

\* datos tomados de la encuesta de mercado.

## 2.6.1 SITUACIÓN ACTUAL

### 2.6.1.1 Estimación de la oferta actual

De acuerdo a la inversión y demanda se espera atender un aproximado de 50 clientes diarios, un 25% de la población del área alrededor del local, una afluencia de clientes de aproximadamente 350 clientes por semana, es decir .03% de la población total de la ciudad.

### 2.6.1.2 Análisis del régimen de mercado

El mercado en el municipio de Mexicali se representa como un tipo de industria fragmentada, debido a que existen cientos de participantes con participaciones similares por lo tanto ninguno es dominante.

## 2.6.2 SITUACION FUTURA

### 2.6.2.1 Evaluación previsible de la oferta

Se espera lograr una base de clientes registrados en la tienda de aproximadamente 1,000 durante el primer año, y esperamos crecer un 5% anualmente por los siguientes 4 años.

**6.2.2 Proyección de la oferta**

**Comportamiento Estimado de Clientes Registrados.**



**2.7. DETERMINACIÓN DE LOS PRECIOS DE LOS ARTÍCULOS**

El precio de los productos a ser ofrecidos consistirá en el valor monetario que la empresa estará dispuesto a ofrecer en el mercado y los clientes a adquirir de acuerdo a la necesidad y grado de satisfacción que pueda producir las prendas ofrecidas por la nueva Tienda.

El precio que tendrá los artículos estará basado en el precio promedio en que son ofertados en el mercado por la competencia.

Esto es ventajoso, dado que es también una estrategia inicial de penetración e incorporación de la Tienda en el mercado, inclusive se puede pedir un precio un tanto menor que el de la competencia, dado que la empresa se halla en la etapa de inversión y buscando con esto atraer y captar clientes de la competencia.

Los Precios que la Tienda ofrece consiste en:

Articulo	Precio de Compra
Blusa 1	5.25 dlls
Blusa 2	9.25 dlls
Blusa 3	13.25 dlls
Aretes	1.75 dlls
Cintos	1.25 dlls
Cosméticos	3.25 dlls

\* precios corrientes de proveedores contactados.

### 2.7.1. Mecanismos de formación de los precios del artículo

Los precios de nuestros artículos se determinan considerando ciertos factores como son los fletes del proveedor, gastos de importación y fletes del almacén, como a continuación se describen:

Costo	Costo Total	Unidades	Costo/Unidad
Flete del Proveedor	25.00 dls	100	0.25 dls
Gastos de Importación	150.00 dls	100	1.50 dls
Flete Almacén	100.00 dls	100	1.00 dls

Flete del Proveedor: cuando la mercancía adquirida es extranjera y el flete del proveedor al almacén de Calexico corre por nuestra cuenta.

Gastos de Importación: los gastos incurridos en la importación de la mercancía, estos pueden incrementarse si tocan maniobras en la aduana.

Flete del Almacén: cuando la mercancía es transportada del almacén de Calexico al de Mexicali, o de una ciudad en el país.

## 2.8. POSIBILIDADES DEL PROYECTO (POSICION EN EL MERCADO)

### 2.8.1. Condiciones de competencia del proyecto

Nuestra competencia es Boutique Goma que cuenta con una sucursal igualmente ubicada en la Plaza San Pedro teniendo como deficiencia sus precios altos y la falta de atención personalizada con el cliente asimismo la Boutique Litas que cuenta con tres sucursales ubicadas en Montejano, Vista Hermosa y Villafontana siendo sus deficiencias la falta de atención al cliente y la falta de variedad de estilos.

### 2.8.2. Demanda potencial del proyecto

En base a las posibilidades planteadas se determina que existe una demanda insatisfecha del artículo, dado que los competidores existentes no alcanzan a cubrir la demanda de los clientes del sexo femenino.

## 2.9. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Se practicaron 50 encuestas a personas del sexo femenino, las cuales serán analizadas por el personal de Empreser A.C.

### INVESTIGACIÓN DE MERCADOS DE MODA S.DE R.L DE C.V

#### 2.9.1 Formato de encuesta

INSTRUCCIONES: Agradecemos el tiempo que tome en responder las siguientes preguntas, favor de marcar con una "X" la respuesta que más se adecue a sus características y/o preferencias.

#### Datos Generales

1. **Sexo:** \_\_\_\_\_ F \_\_\_\_\_ M

2. **Edad:** \_\_\_\_\_

3. **Estado civil:** (Favor de marcarlo con una "X")

1. \_ Soletro (a) 2. \_ Casado (a) 3. \_ Divorciado (a) 4. \_ Viudo (a)  
5. \_ Unión libre

4. **Ocupación:** (Favor de marcarlo con una "X")

1. \_ Hogar 2. \_ Emp. l. Privada 3. \_ Emp. Gobierno 4. \_ Empresario 5. \_ Obrero 6. \_ Agricultor  
7. \_ Profesionista 8. \_ Estudiante 9. \_ Otro \_\_\_\_\_

5. **Ingreso mensual en pesos:** (Favor de marcarlo con una "X")

1. \_ \$8,001 a \$10,000 2. \_ \$10,001 a \$15,000 4. \_ \$15,001 a \$20,000 5. \_ \$20,001 a \$25,000  
6. \_ \$25,001 a \$30,000 7. \_ Más de \$30,000

6).- ¿ Por lo regular, que tipo de blusas compras?

a) Formal b) informal c) discreta d) moderna

7.- ¿Cuánto acostumbras pagar por una blusa que te gusta (dólares)?

a) Hasta 10 dlls b) 11-15 c) 16-20 d) 21-25 e) más de 25 dlls

8.- ¿Con que frecuencia acostumbras comprar una blusa?

a) Una vez por semana b) Cada quincena c) Cada mes d) Mas de una por mes

9.- Normalmente, en que lugar acostumbras comprar alguna blusa?

a) Mexicali b) Calexico c) San Diego d) Otro lugar

¿Cuál? \_\_\_\_\_

10.- Compras blusas de alguna marca o estilo en particular?

a) Sí ¿Cual? \_\_\_\_\_ b) No

11) Al momento de comprar una blusa, prefieres que sea:

a) Única b) Que tenga buen precio c) Solo que se me vea bien d) Otro \_\_\_\_\_

**12) ¿Que talla de blusa vistes?**

- a) S                      b) M                      c) L                      d) XL                      e) XS

**13.- Menciona los tres principales negocios donde sueles comprar blusas en Mexicali:**

a) \_\_\_\_\_; b) \_\_\_\_\_

y en c) \_\_\_\_\_

**14) ¿Por que te gusta visitar a estas tiendas? ( que es lo que mas te convence?)**

a) Por la variedad    b) Buenos precios    c) Excelente servicio    d) Cercanía

e) Otro \_\_\_\_\_

**10) ¿Que más te gustaría encontrar en una tienda especializada de blusas?**

---

---

**11) ¿Cómo te gustaría enterarte de la existencia de esta nueva boutique de blusas?**

a) Radio                      b) Televisión                      c) Prensa                      d) Página de Internet

e) Flyer electrónico \_\_\_\_\_                      f) Otro \_\_\_\_\_

**2.9.1. Tabla de frecuencias.****2.9.2.**

Sexo					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Femenino	50	100.0	100.0	100.0

Edad					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido		1	2.0	2.0	2.0
	17	1	2.0	2.0	4.0
	19	2	4.0	4.0	8.0
	21	4	8.0	8.0	16.0
	22	1	2.0	2.0	18.0
	23	6	12.0	12.0	30.0
	24	6	12.0	12.0	42.0
	25	2	4.0	4.0	46.0
	26	1	2.0	2.0	48.0
	27	2	4.0	4.0	52.0
	28	3	6.0	6.0	58.0
	29	4	8.0	8.0	66.0
	31	3	6.0	6.0	72.0
	32	1	2.0	2.0	74.0
	34	2	4.0	4.0	78.0
	35	1	2.0	2.0	80.0
	36	2	4.0	4.0	84.0
	38	2	4.0	4.0	88.0
	39	2	4.0	4.0	92.0
40	1	2.0	2.0	94.0	

	41	1	2.0	2.0	96.0
	44	1	2.0	2.0	98.0
	49	1	2.0	2.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Estado civil					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Soltero (a)	26	52.0	52.0	52.0
	Casado (a)	21	42.0	42.0	94.0
	Divorciado (a)	3	6.0	6.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Ocupación					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Hogar	4	8.0	8.0	8.0
	Emp. I. Privada	17	34.0	34.0	42.0
	Emp. Gobierno	8	16.0	16.0	58.0
	Empresario	3	6.0	6.0	64.0
	Profesionista	6	12.0	12.0	76.0
	Estudiante	12	24.0	24.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Ingreso mensual en pesos		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	\$8,001 a \$10,000	19	38.0	46.3	46.3
	\$10,001 a \$15,000	14	28.0	34.1	80.5
	\$15,001 a \$20,000	4	8.0	9.8	90.2
	\$20,001 a \$25,000	1	2.0	2.4	92.7
	\$25,001 a \$30,000	2	4.0	4.9	97.6
	Más de \$30,000	1	2.0	2.4	100.0
	Total	41	82.0	100.0	
Missing	System	9	18.0		
Total		50	100.0		

¿Por lo regular, qué tipo de blusas compras?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Formal	13	26.0	26.0	26.0
	Informal	8	16.0	16.0	42.0
	Discreta	7	14.0	14.0	56.0
	Moderna	22	44.0	44.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

¿Cuánto acostumbras pagar por una blusa que te gusta (dólares)?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Hasta 10 dlls	3	6.0	6.0	6.0
	11-15	7	14.0	14.0	20.0
	16-20	21	42.0	42.0	62.0
	21-25	11	22.0	22.0	84.0
	más de 25dlls	8	16.0	16.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

¿Con qué frecuencia acostumbras comprar alguna blusa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Una vez por semana	4	8.0	8.2	8.2
	cada quincena	13	26.0	26.5	34.7
	cada mes	25	50.0	51.0	85.7
	mas de una por mes	7	14.0	14.3	100.0
	Total	49	98.0	100.0	
Missing	System	1	2.0		
Total		50	100.0		

Normalmente, en qué lugar acostumbras comprar alguna blusa?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Mexicali	15	30.0	30.0	30.0
	Calexico	27	54.0	54.0	84.0
	Sandiego	7	14.0	14.0	98.0
	Otro lugar	1	2.0	2.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Otro, ¿cuál?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido		48	96.0	96.0	96.0
	el centro	1	2.0	2.0	98.0
	IV mal	1	2.0	2.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

¿Compras blusas de alguna marca o estilo en particular?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Si	11	22.0	22.0	22.0
	No	39	78.0	78.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Si, ¿cuál?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido		39	78.0	78.0	78.0
	American Eagle	1	2.0	2.0	80.0
	Botones al frente	1	2.0	2.0	82.0
	Estilo hippie mas o menos	1	2.0	2.0	84.0
	Forever 21	1	2.0	2.0	86.0
	Forever 21, express	1	2.0	2.0	88.0
	Gap	1	2.0	2.0	90.0
	Gap y old navy	1	2.0	2.0	92.0
	Hollister	2	4.0	4.0	96.0
	Hollister y forever 21	1	2.0	2.0	98.0
	Trato de buscar blusas cómodas y formales, de preferencia que tengan escote por la espalda	1	2.0	2.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Al momento de comprar una blusa, prefieres que sea					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Única	10	20.0	20.0	20.0
	Que tenga buen precio	11	22.0	22.0	42.0
	Solo que se me vea bien	26	52.0	52.0	94.0
	Otro	3	6.0	6.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Otro, ¿cuál?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido		47	94.0	94.0	94.0
	Cómoda	2	4.0	4.0	98.0
	De marca	1	2.0	2.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

¿Qué talla de blusa vistes?					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	S	8	16.0	16.0	16.0
	M	10	20.0	20.0	36.0
	L	20	40.0	40.0	76.0
	XL	11	22.0	22.0	98.0
	XS	1	2.0	2.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Menciona los tres principales negocios donde sueles comprar blusas en Mexicali

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido		4	8.0	8.0	8.0
	Alita, goma y moda chic	1	2.0	2.0	10.0
	American eagle, forever 21 y aeropostale	1	2.0	2.0	12.0
	Boutique, coopel y chachanilla	1	2.0	2.0	14.0
	Boutiques de J. Sierra y plaza San pedro	1	2.0	2.0	16.0
	Boutiques L Montejano	1	2.0	2.0	18.0
	Cachanilla	1	2.0	2.0	20.0
	Cachanilla y litas	2	4.0	4.0	24.0
	Cachanilla y nuevo Mexicali	1	2.0	2.0	26.0
	Cachanilla y otras	1	2.0	2.0	28.0
	Cachanilla y plaza nuevo Mexicali	1	2.0	2.0	30.0
	Dorians	2	4.0	4.0	34.0
	Germanyas y litas	2	4.0	4.0	38.0
	Germanyas, goma y litas	1	2.0	2.0	40.0
	Goma y sobeydas	1	2.0	2.0	42.0
	Goma, etc.	1	2.0	2.0	44.0
	Gomma	1	2.0	2.0	46.0
	Hermana y cachanilla	1	2.0	2.0	48.0
	Litas	3	6.0	6.0	54.0
	Litas y boutiques de justo sierra	1	2.0	2.0	56.0
Litas y boutiques de plaza galerias	1	2.0	2.0	58.0	
Litas y cachanilla	1	2.0	2.0	60.0	
Litas y germanyas	1	2.0	2.0	62.0	
Litas y yacs	1	2.0	2.0	64.0	
Litas, cleos y walmart	1	2.0	2.0	66.0	

Litas, zobeydas y las de la Montejano	1	2.0	2.0	68.0
Moda chic	1	2.0	2.0	70.0
Plaza cataviña	1	2.0	2.0	72.0
Plaza nuevo mexicali	1	2.0	2.0	74.0
Plazas comerciales, boutiques y calexico	1	2.0	2.0	76.0
Plazas galerías y litas boutique	1	2.0	2.0	78.0
Sobeydas y cachanilla	1	2.0	2.0	80.0
Sobeydas y cherry	1	2.0	2.0	82.0
Sobeydas y plaza san pedro	1	2.0	2.0	84.0
Tía que vende ropa y nuevo Mexicali	1	2.0	2.0	86.0
Walmart y cachanilla	1	2.0	2.0	88.0
Yacs	1	2.0	2.0	90.0
Yacs y boutiques de L Montejano	1	2.0	2.0	92.0
Yacs y doriands	1	2.0	2.0	94.0
Yacs y sobeida	1	2.0	2.0	96.0
Zona 99	1	2.0	2.0	98.0
Zona 99 y doriands	1	2.0	2.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

¿Por qué te gusta visitar a estas tiendas? ¿Qué es lo que más te convence?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Por la variedad	19	38.0	39.6	39.6
	Buenos precios	10	20.0	20.8	60.4
	Excelente servicio	4	8.0	8.3	68.8
	Cercanía	15	30.0	31.3	100.0
	Total	48	96.0	100.0	
Missing	System	2	4.0		
Total		50	100.0		

Otro

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido		49	98.0	98.0	98.0
	Asesoría en la compra	1	2.0	2.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

¿Qué más te gustaría encontrar en una tienda especializada de blusas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido		3	6.0	6.0	6.0
	Accesorios	15	30.0	30.0	36.0
	Accesorios muy padres para combinar con las blusas	1	2.0	2.0	38.0
	Accesorios para poder usar las blusas adecuadamente.	1	2.0	2.0	40.0
	Accesorios que le combinan	1	2.0	2.0	42.0
	Accesorios y blusas de todos los tipos no encajonarse en una sola, aunque esa sea la que este de moda	1	2.0	2.0	44.0

Accesorios y bolsas	1	2.0	2.0	46.0
Atención y blusas	1	2.0	2.0	48.0
Blusas modernas y elegantes	1	2.0	2.0	50.0
Bolsos	2	4.0	4.0	54.0
Bolsos y accesorios	1	2.0	2.0	56.0
Bolsos y zapatos	1	2.0	2.0	58.0
Catalogo de blusas	1	2.0	2.0	60.0
Cintos y relojes	1	2.0	2.0	62.0
Diseños variados y precios justos	1	2.0	2.0	64.0
Excelentes precios, variedad y calidad.	1	2.0	2.0	66.0
Gran variedad de blusas	3	6.0	6.0	72.0
Lentes y accesorios	2	4.0	4.0	76.0
Maquillaje	1	2.0	2.0	78.0
Mas tallas de un estilo	1	2.0	2.0	80.0
Mucha variedad de blusas	1	2.0	2.0	82.0
Muchas blusas	1	2.0	2.0	84.0
Pantalones	1	2.0	2.0	86.0
Pantalones y faldas acordes a las blusas que vendan	1	2.0	2.0	88.0
Prendas a la medida	1	2.0	2.0	90.0
Que tengan variedad y que sean modernas	1	2.0	2.0	92.0
Sombreros	1	2.0	2.0	94.0
Tallas adecuadas para mi	1	2.0	2.0	96.0
Zapatos	2	4.0	4.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

¿Cómo te gustaría enterarte de la existencia de esta nueva boutique de blusas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido	Radio	4	8.0	8.0	8.0
	Televisión	5	10.0	10.0	18.0
	Prensa	3	6.0	6.0	24.0
	Página de Internet	25	50.0	50.0	74.0
	Flyer electrónico	11	22.0	22.0	96.0
	Otro	2	4.0	4.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Otro, ¿cuál?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válido		48	96.0	96.0	96.0
	Recomendación	1	2.0	2.0	98.0
	Volantes	1	2.0	2.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

**2.9.2. Cruces**

Cruce 1.

		¿Con qué frecuencia acostumbras comprar alguna blusa?				Total
		Una vez por semana	Cada quincena	Cada mes	Mas de una por mes	
¿Por lo regular, qué tipo de blusas compras?	Formal		6	4	3	13
	Informal		1	7		8
	Discreta		1	5	1	7
	Moderna	4	5	9	3	21
Total		4	13	25	7	49

Cruce 2.

		¿Por qué te gusta visitar a estas tiendas? ¿Qué es lo que más te convence?				Total
		Por la variedad	Buenos precios	Excelente servicio	Cercanía	
Normalmente, ¿en qué lugar acostumbras comprar alguna blusa?	Mexicali	3	5		7	15
	Calexico	14	3	2	7	26
	Sandiego	2	2	2		6
	Otro lugar				1	1
Total		19	10	4	15	48

## Cruce 3.

		¿Cómo te gustaría enterarte de la existencia de esta nueva boutique de blusas?						Total
		Radio	Televisión	Prensa	Página de Internet	Flyer electrónico	Otro	
Al momento de comprar una blusa, prefieres que sea	Única	1	1		4	4		10
	Que tenga buen precio		2	3	4	2		11
	Solo que se me vea bien	3	1		16	4	2	26
	Otro		1		1	1		3
Total		4	5	3	25	11	2	50

## 2.10. CONCLUSIÓN

Se aplicaron una serie de preguntas (encuesta) como parte de la investigación de mercado a un total de cincuenta personas del público en general, sobre lo cual se define lo siguiente:

En cuanto a datos generales, el cien por ciento de los encuestados pertenece al sexo femenino, quienes son el mercado potencial de "MODA S. DE R.L DE C.V", las encuestadas oscilan entre los 17 a 49 años de edad.

Por lo regular se adquieren blusas de tipo modernas puesto que la mayoría así lo expresó (44%), el 26% prefiere blusas formales, el 16% informales y el resto compra blusas discretas. El 42% paga de 16 a 20 dólares por una blusa, el 22% paga de 21 a 25 dólares y el 14% de 11 a 15.

En cuanto a la frecuencia de compra de blusas, el 51% las adquiere cada mes, el 26% por quincena, el 14% más de una al mes, y el resto las adquiere semanalmente. La mayoría de las encuestadas adquieren sus blusas en Calexico (54%), el 30% en Mexicali, y el 14% en San Diego.

Al momento de adquirir blusas, la marca o el estilo no es el factor determinante de compra, puesto que según la encuesta el 78% no basa su compra en ello. Sin embargo al adquirir una blusa el 52% prefiere que sea una blusa que luzca bien en ellas, el 22% se fija más en el precio, el 20% busca una blusa única y el resto prefieren que sean prendas cómodas.

Al cuestionar a las encuestadas acerca de artículos o servicios que les gustaría encontrar en un lugar especializado en venta de blusas, respondieron que buscan accesorios para complementar las prendas que adquieren en dicho lugar, bolsos, cintos, lentes, artículos con diseños únicos, precios justos, etc.

Como medio de comunicación y promoción de esta nueva empresa, es más adecuado según los resultados de la investigación de mercado, las páginas de Internet (50%), flyer electrónicos (22%), televisión (10%), radio (8%), entre otros sin menor mención.

De lo anterior se concluye que la mayoría de las mujeres de Mexicali, busca establecimientos donde pueda adquirir prendas con estilo, que las hagan lucir bien, y con precios justos. Según la encuesta gran cantidad de jóvenes adquieren sus blusas en EUA por el monto que pagan por ellas y los estilos más variados que encuentran, ya que hay a quienes no les agrada encontrar el mismo estilo de blusa en cualquier establecimiento.

Los lugares que más mencionaron como predilectos, se encuentran ubicados en centros y plazas comerciales como Plaza San Pedro, L. Montejano, y J. Sierra, en la Ciudad de Mexicali. En sí, el mercado que se pretende cubrir se encuentra flexible y abierto a nuevas propuestas, entre más novedosas, originales y de calidad sean las prendas, mayor aceptación existirá.

# Estudio Operativo

## Basico Blusas

MODA S DE RL DE CV

## ESTUDIO OPERATIVO

### 3.1 Descripción del Servicio

El segmento de mercado al que va dirigido esta empresa está conformado generalmente de sexo femenino, representando este el 70% la clase media – alta de Mexicali, Baja California, residentes del área noreste de la ciudad. El rango de edad de los clientes oscila de entre los 18 y 40 años. Son personas que perciben un ingreso a partir de los ocho mil pesos mensuales.

El servicio esta enfocado a la venta de indumentaria con énfasis en las blusas. En un futuro se incorporarán mas prendas de vestir, zapatos y accesorios para complementar los estilos y propuestas de moda ofrecidos a nuestros clientes. Esperamos desarrollar mejores sistemas para formular diseños y cambios de imagen que nos permitan ofrecer lo mejor y mas vanguardista a nuestros clientes, realizando estudios de color y cuerpo, tendencias favorecedoras, actualización de estilos clásicos y contemporáneos.

Se contará con dos medios para atender al público, que es la tienda ubicada en plaza San Pedro y además se recibirán pedidos y se realizaran ventas por medio de la pagina Web de Básico Blusas.

El estudio técnico del proyecto de inversión contempla los aspectos técnicos operativos necesarios para la realización del servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del local comercial, para su puesta en marcha, así como la localización, instalaciones, organización de la empresa y el monto total de las inversiones requeridas para el proyecto.

La importancia de este estudio se deriva de la posibilidad de llevar a cabo una valoración económica de las variables técnicas del proyecto que permitan una apreciación exacta o aproximada de los recursos necesarios para el presente proyecto.

### 3.2 Tamaño

#### 3.2.1 Definición del Tamaño

El tamaño óptimo del proyecto se definirá por la cantidad de servicios que se brinden por cliente, que de acuerdo a la inversión y demanda se espera atender un aproximado de 50 clientes diarios, un 25% de la población del área alrededor del local.

#### 3.2.1 Capacidad

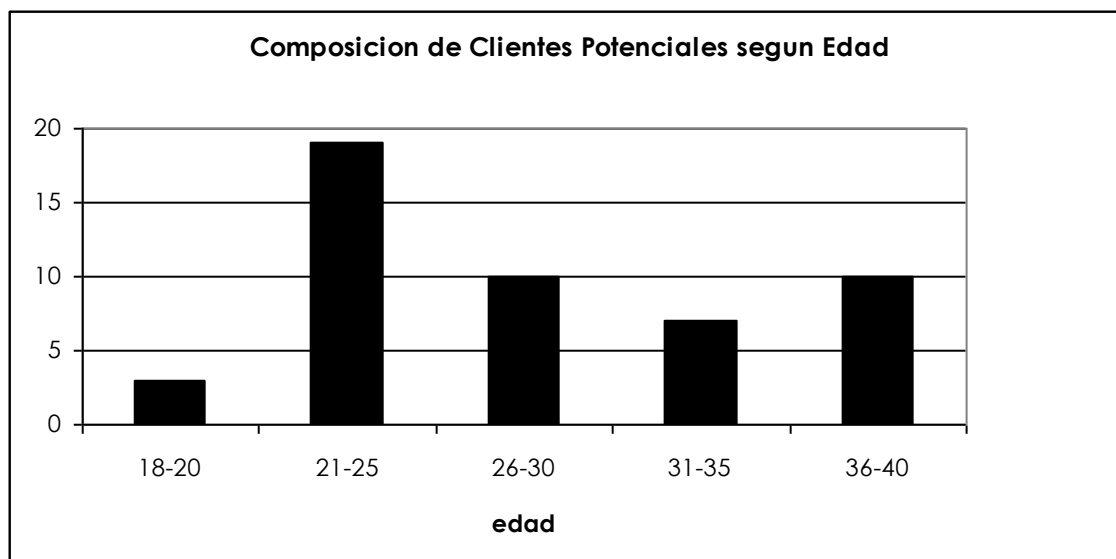
Básico Blusas inicia sus operaciones con una sucursal en Mexicali, esperando atender a una afluencia de clientes de aproximadamente 350 clientes por semana, es decir .03% de la población total de la ciudad.

La empresa, iniciará sus operaciones con capacidad para atender a los clientes diariamente, siete días a la semana, en un horario de 11 a 22 hrs, los 365 días del año. Se planea monitorear la venta semanal para tener un análisis de los días fuertes de venta, el producto estrella, el proveedor estrella, y así mantener un inventario de seguridad para casos en que la demanda suba.

### 3.3 Factores Condicionantes del Tamaño

#### 3.3.1 Dimensión del mercado

El mercado al que nos dirigimos esta conformado generalmente por mujeres, que representan casi el 50% de la población total de la ciudad, pertenecientes a la clase media-alta que representa un 70% del total del mercado femenino, conformados de la siguiente manera:



\* datos tomados de la encuesta de mercado.

Se espera lograr una base de datos de mínimo 1,000 clientes registrados durante el primer año, y con esto satisfacer un 5% de la demanda actual y esperamos crecer un 5% anualmente por los siguientes 4 años.

En base a la demanda calculada, se ha establecido una compra promedio por cliente de 1.5 artículos para los meses regulares (marzo, abril, junio, septiembre, octubre, noviembre), 1 artículo para los meses bajos (julio y agosto) y 2 artículos para los meses altos (enero, febrero, mayo y diciembre).

#### 3.3.2 Capacidad Financiera

La inversión inicial del proyecto es condicionante en cuanto al local comercial, el inventario y el servicio que se otorgara a los clientes; se busca obtener un local en Plaza San Pedro debido a su ubicación y flujo constante de clientes.

#### 3.3.3 Problemas Institucionales

La empresa será legalmente constituida y registrada ante un notario público o corredor público, Gobiernos Federal, Estatal y Municipal, Secretaría de Hacienda y Crédito Público, Centro Empresarial de Mexicali y Registro Publico de la Propiedad.

Posteriormente, se tramitará el Padrón de Importadores ante SHCP y el Registro Patronal ante IMSS.

### 3.4 Proceso

#### 3.4.1 Descripción de los artículos a vender y los servicios a proporcionar.

Los productos a vender se dividen en blusas, aretes, cintos y cosméticos; se dividen por rangos de precios y estilos.

Durante la compra de los artículos, las asesoras de venta proporcionan orientación sobre la decisión de compra así como opciones creadas al gusto del cliente. Este servicio es incluido en la capacitación del personal.

Aunado a la compra del artículo, al cliente se le otorga el servicio de envoltura del artículo sin ningún costo. En este servicio intervienen los siguientes insumos:

Caja: de cartón reciclado, en diversos tamaños (caja 2, 4, 7 y 8), de color blanco con el logo BASICO impreso en la tapa.

Papel de China: de color blanco, previamente cortado, se introduce en la caja para cubrir el producto adquirido.

Elástico: plateado de material sintético, previamente cortado, se coloca sobre la caja cerrada.

Esto genera la imagen final del producto que se otorga al cliente para su disfrute.

##### 3.4.1.1. Descripción de Procesos.

###### Proceso de Compra

1. La gerente de compra es una persona capacitada para entender y captar tendencias de moda, en ella recae la función de comprar la mercancía.
2. Armará un libro de tendencias para que sean su objetivo al momento de comprar.
3. Asistirá a los Shows de Mercancía en Los Ángeles, Nueva York y Las Vegas periódicamente. Ahí conocerá y contactará a los proveedores de la mercancía que ella elija para hacer la compra.
4. Una vez seleccionados los proveedores armará su presupuesto para programar la compra.
5. Comprará en base al presupuesto y las tendencias de la temporada.
6. Procesará la compra con tarjeta de crédito o si no es posible llamará al almacén para programar el cheque para pagar la mercancía.
7. Enviará el desglose de las compras realizadas por producto.

###### Proceso Post-Compra

1. Se adquiere la prenda con el proveedor elegido.
2. Se transporta al almacén donde se revisa venga en buen estado.
3. Se desempaca y cuentan las existencias.
4. Se calcula y asigna el precio de venta.
5. Se etiqueta cada una de las existencias de la mercancía con el precio, contenido y especificaciones de lavado.
6. Se separa una pieza, se fotografía y se sube a la página de internet.
7. Se le coloca sensor a cada pieza.
8. Se acomodan las piezas ya completamente etiquetadas por talla (corrida) y se envuelven para su posterior traslado.

9. Se ingresa cada pieza al sistema (software) para formular el traspaso que será recibido en la sucursal.
10. Se transporta la mercancía a la sucursal donde será exhibida.
11. Se revisa físicamente la mercancía traspasada, se cuenta y se recibe el traspaso en el sistema (software).
12. Se acomoda la mercancía en el quipo de exhibición.

### **Proceso de Colocación de Mercancía**

1. Se recibe la mercancía en la sucursal destino.
2. Se revisa físicamente la mercancía traspasada, se cuenta y se recibe el traspaso en el sistema (software).
3. Se eligen de 3 a 5 prendas de cada estilo recibido, procurando sean mínimo una por talla, para llevarlas a piso de exhibición, el resto se coloca en el almacén en una raca por estilo de prenda.
4. La Responsable de Tienda debe dirigir la colocación de las prendas llevadas a piso de exhibición son puestas sobre los diversos materiales de exhibición:
  - a. Raca Grande: con capacidad de 20 prendas direccionadas a cuatro puntos.
  - b. Raca Pequeña: con capacidad de 8 prendas ligeras.
  - c. Brazo: para 5 a 10 prendas, colocada sobre la pared ranurada.
  - d. Cajones: para ubicar de 10 a 30 prendas dentro del mueble de exhibición.
  - e. Isla: para 10 a 20 prendas en forma vertical.
  - f. Palitos: para 5 aretes, colocados sobre la pared ranurada.
  - g. Charola: para 10 a 20 unidades (aretes, cosméticos o cintos), colocada dentro de la vitrina de exhibición.
  - h. Mensulas: para 5 a 10 unidades (blusas o cintos).
  - i. Mesa: para 10 a 20 unidades (blusas o cintos).
5. Se revisa el concepto de exhibición, atendiendo a que toda la mercancía sea visible.
6. Se debe cambiar el concepto de exhibición por lo menos una vez por semana en los meses regulares y bajos, y una vez cada dos semanas en los meses altos.

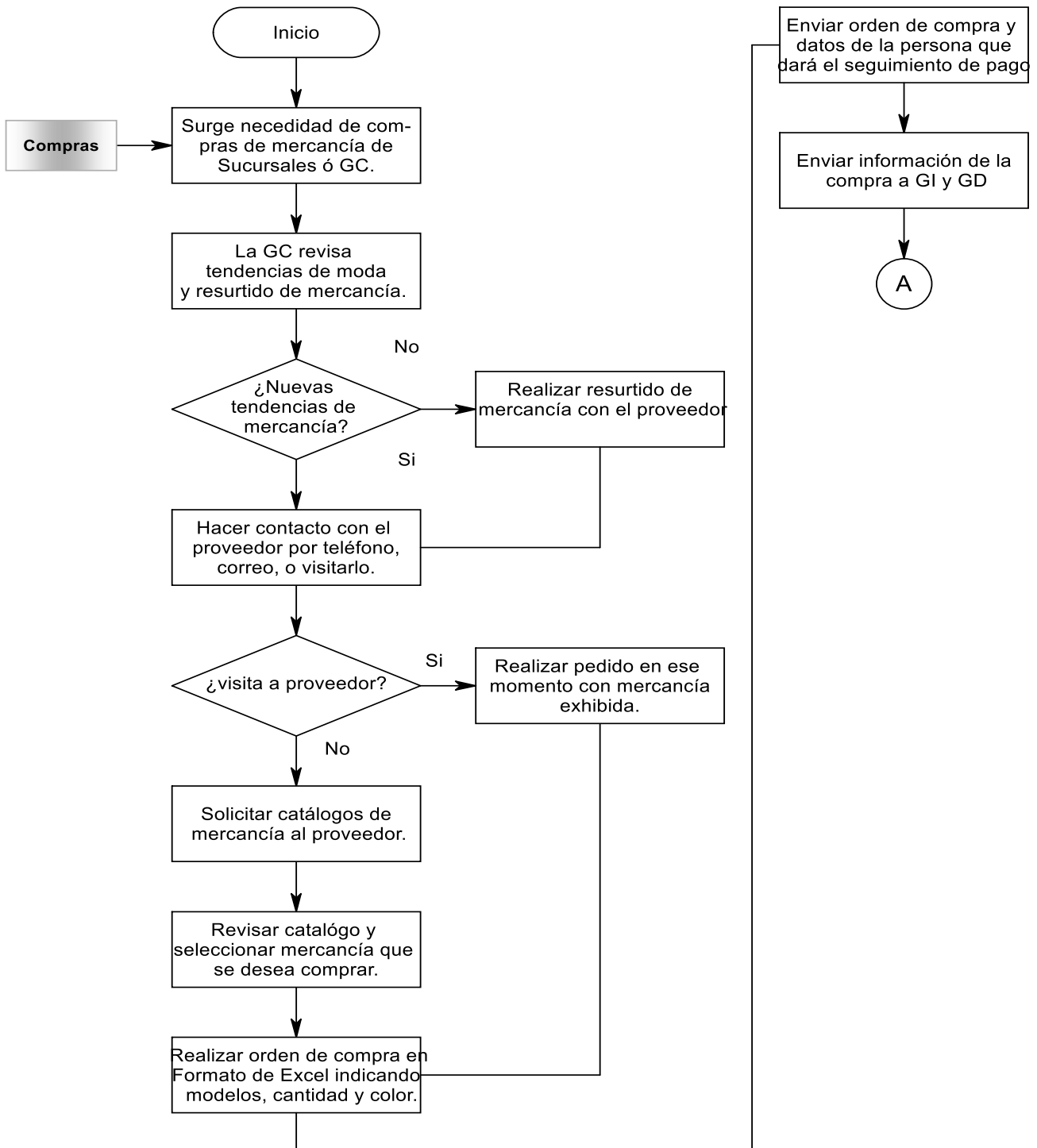
### **Proceso de Selección y Reclutamiento de Personal.**

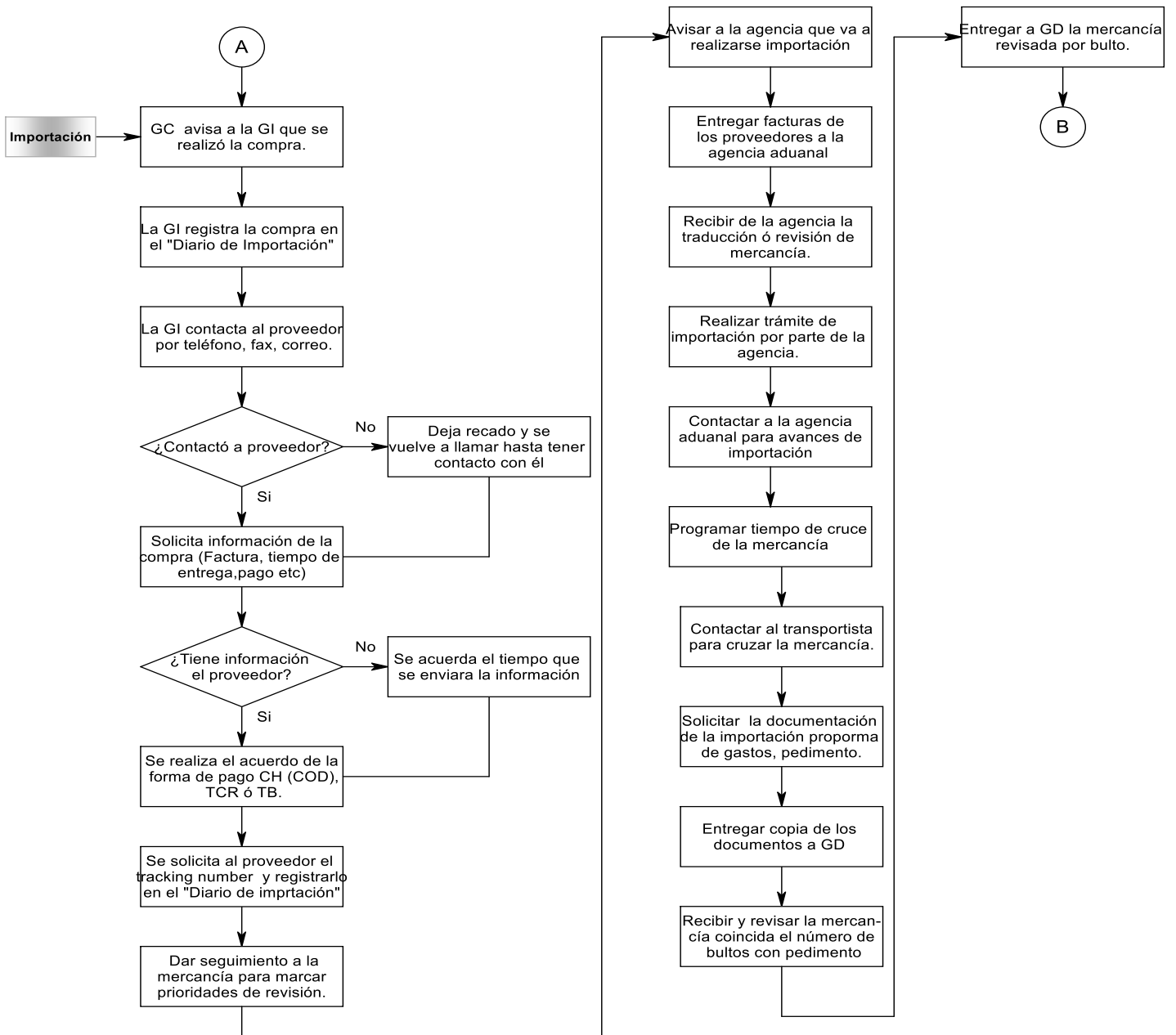
1. Solicitar a la bolsa de trabajo el personal con las características necesarias para prestar el servicio en el local comercial.
2. Recepción de solicitudes y curriculum de los aspirantes.
3. Análisis de solicitudes y curriculum por parte del Gerente General y selección de los más apegados a las necesidades del puesto.
4. Concretar cita para la primera entrevista con el aspirante.
5. Selección del personal y recepción de documentos de los mismos.
6. Contratación del personal.
7. Asistencia de las aspirantes a asesoras de ventas a cursos de inducción.
8. Creación de expediente de cada empleado de la administración.
9. Altas de los empleados seleccionados, en el seguro social.

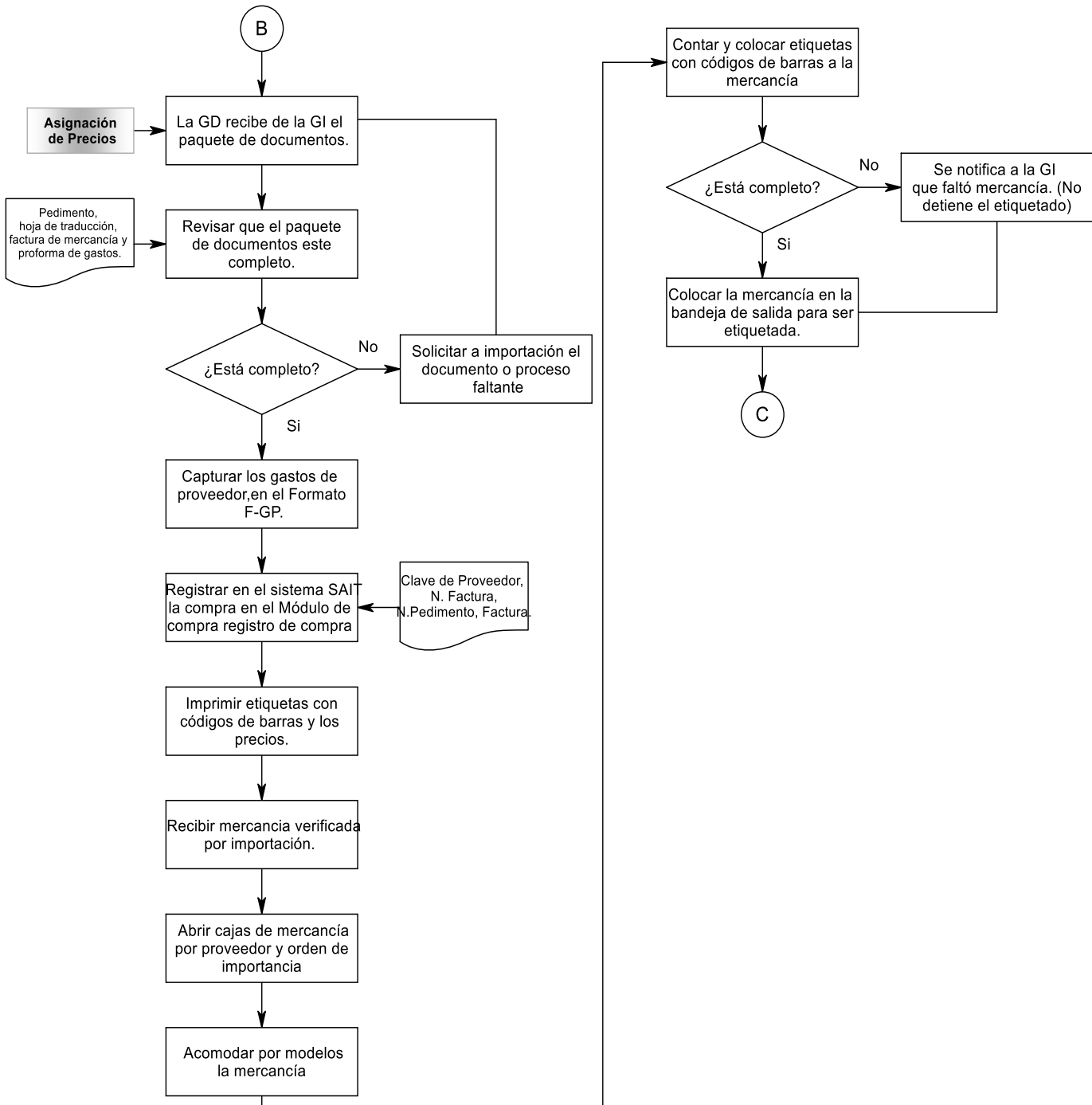
3.4.1.2. Flujoograma del Proceso Total

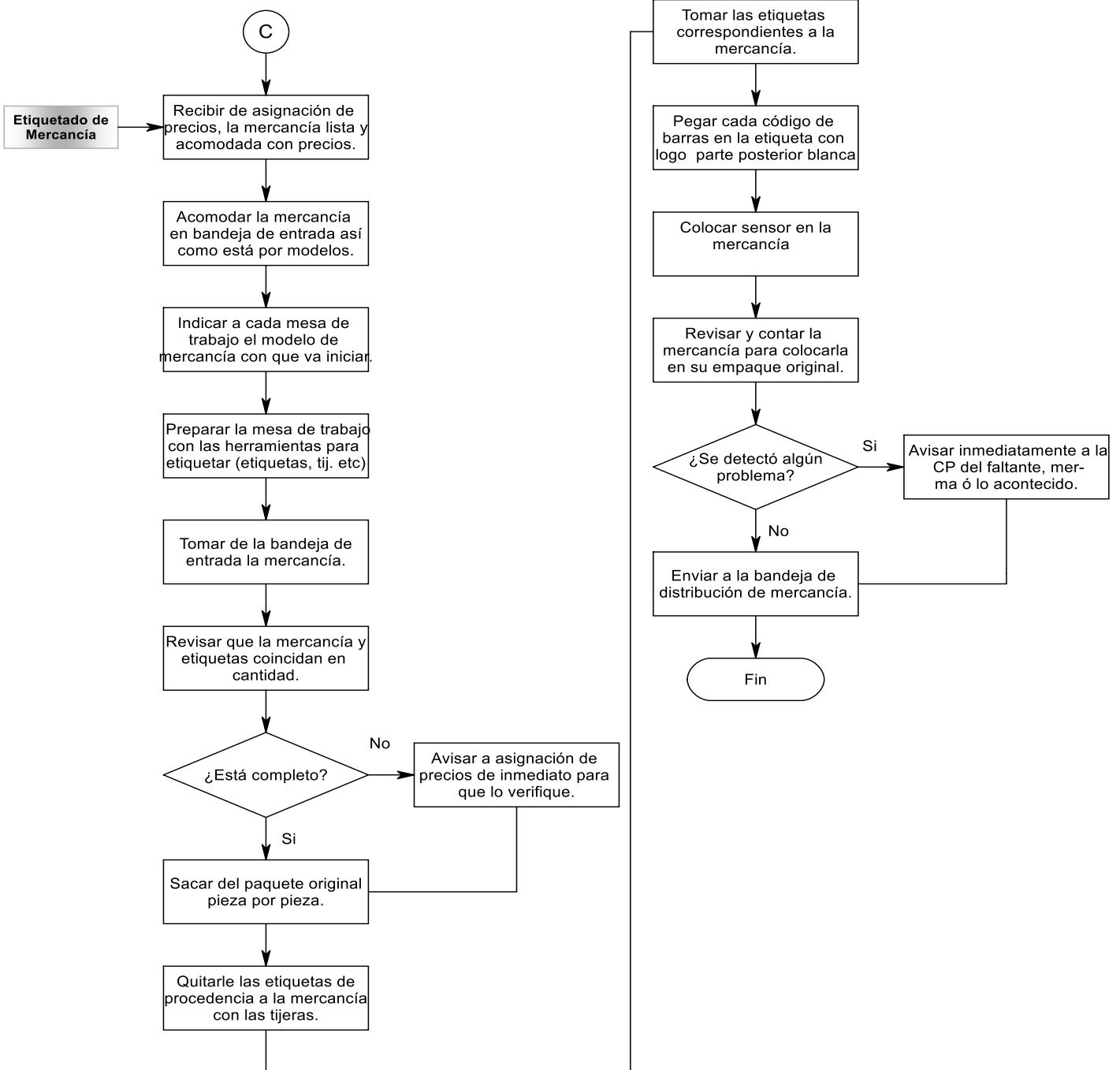
DIAGRAMAS DE FLUJO

PROCEDIMIENTO DE COMPRA, IMPORTACION Y ETIQUETADO DE MERCANCIA









### 3.5 DESCRIPCIÓN DEL EQUIPO Y PERSONAL TÉCNICO

#### 3.5.1 Descripción de los Equipos.

##### 3.5.1.1 Equipo Principal

Es el equipo necesario en el local comercial para realizar las funciones de venta, envoltura, recepción y envío de mercancía.

La mercancía recibida se lleva al almacén para su conteo, se acomoda en rieles por tipo y talla. Se toman 4 o 5 piezas de cada tipo de mercancía, procurando que para acomodarla en el piso sobre equipo de exhibición.

Para la venta es necesaria una computadora que contenga el software, para emitir la nota de venta se requiere una impresora especial térmica, para procesar la venta se utiliza una pistola para leer el código de barras y confirmar el precio.

Una vez realizada la venta, se envuelve el regalo para el disfrute del cliente.

#### Equipo

CONCEPTO	VALOR
Computadora	3,900.00
Fax/Telefono	1,300.00
Impresora Laser	975.00
Impresora Notas Venta	18,200.00
Accesorios y Papeleria	1,150.00
Punto de Venta (Mueble)	8,000.00
Mensulas	9,000.00
Mesas	6,000.00
Rieles y Spots (Iluminación)	7,600.00
Islas	2,550.00
Pick up - Tornado	134,720.00
Mueble Aparador	3,800.00
Pistola	1,500.00
Antena de Seguridad	24,960.00
Caja de Seguridad	2,000.00
Brazos y Ganchos	8,250.00
Sensores	11,310.00
Letrero Luminoso	21,200.00
Letrero Interior	9,850.00
<b>Total</b>	<b>276,265.00</b>

### 3.5.1.2 Equipos auxiliares

Software (Licencia Sait). Se paga anualmente \$4,000.00, este programa se utiliza para control de inventario, punto de venta y administración.

Almacenes. El almacén situado en la sucursal, requiere de racas grandes, se utiliza para almacenar la mercancía que no se encuentra en exhibición.

### 3.5.2 Personal Técnico.

Básico Blusas iniciará operaciones con un plantilla de tres personas: una Responsable de Tienda y dos Vendedoras.

#### Responsable de Tienda

Especificaciones: Egresada o Trunca Nivel Licenciatura, mayor de 25 años, carta de recomendación, excelente presentación, entusiasta y creativa.

#### Vendedora

Especificaciones: Estudiante o Pasante Nivel Licenciatura, mayor de 20 años, carta de recomendación, buena presentación y actitud.

### 3.5.3 Proveedores de Equipo e Insumos

Para la adquisición de los insumos, su costo y transportación se cuentan contactados diversos proveedores ubicados en la ciudad:

Proveedor: **Baja Folding Carton SA de CV**

Dirección: Madrid 1648 Esperanza Agrícola Mexicali, BC

Teléfono: (686) 557-93-63

Producto/Servicio: Cajas de Cartón (Material de Envoltura)

**Costo: \$5.15 por Caja**

Proveedor: **Microsistemas de San Luis SA de CV**

Dirección: Guadalupe Victoria y Calle 17 Local A San Luis, RC Sonora (Suc. Mexicali; L. Montejano s/n)

Teléfono: (653) 534-88-00

Producto/Servicio: Instalación y Asesoría SAIT (Software Integral)

**Costo: \$4,500.00 por Licencia Anual**

Proveedor: **Edmond Ángel Reinos Escobedo**

Dirección: Calz Independencia 235 Col. Insurgentes Este Mexicali, BC

Teléfono: (686) 566-74-60

Producto/Servicio: Bolsas Plástico (Material de Envoltura y Traspasos)

**Costo: \$43.64 por 1,000**

Proveedor: **SYS.NET.MX S de RL de CV**

Dirección: Cuauhtemoc 51 Local 10-B Col. Cuauhtemoc Mexicali, BC

Teléfono: (686) 568-12-12

Producto/Servicio: Mantenimiento Dominio y Pagina Web

**Costo: \$910.00 por mes**

Proveedor: **Christopher Issahi García Gómez**  
 Dirección: Av. La Galatea 489 Fracc. Villas del Rey Mexicali, BC  
 Teléfono: (686) 837-44-60  
 Producto/Servicio: Desodorización y Desinfección Sanitaria  
**Costo: \$231.00 por mes**

Proveedor: **Francisco Javier Espinoza Ramírez**  
 Dirección: Zacatepec 2082 Fracc. Calafia Mexicali, BC  
 Teléfono:  
 Producto/Servicio: Impresión de Etiquetas, Formatos y Hojas  
**Costo: \$550.00 por 1,000**

### 3.6 Localización

#### 3.6.1 Descripción

##### 3.6.1.1 Micro Localización

La tienda esta ubicada en Plaza San Pedro, en el local 15 ubicado sobre el pasillo principal. La Plaza San Pedro se encuentra ubicada sobre Calzada Cety's No.1801 en Colonia Rivera; entre Calzada Cuauhtemoc y Periférico Oriente. En el Noreste de la ciudad. Referente a la localización, el proyecto estará ubicado en una zona con alto crecimiento demográfico y un alto desarrollo comercial, la plaza incluye varios negocios ancla que proveerán una mayor afluencia de clientes, hay competencia pero creemos que nuestro servicio nos diferenciara y nos colocara como los favoritos de los clientes.

Por tal razón, a continuación se establece una ponderación de factores, los cuales auxiliaron a tomar la decisión mas acertada. La escala de calificación tiene un rango del 1 al 10; el 10 significa que la satisfacción del factor es total y disminuye proporcionalmente con base a ese criterio.

#### Comparativo entre Opciones de Ubicación del Local

CONCEPTO	PLAZA LA CACHANILLA	PLAZA SAN PEDRO
Localización de la Plaza	7	9
Estacionamiento	9	9
Vías de Acceso	8	9
Costo de la Renta	9	7
Seguridad	6	8
Ubicación del Local dentro de la Plaza	7	8
Publicidad de la Plaza	8	7
Demanda	8	8
Negocios Ancla	6	8
Competencia	8	7
Zonificación del Nivel Económico	6	9
<b>CALIFICACION</b>	<b>82</b>	<b>89</b>

### 3.6.1.2 Integración en el medio

1. Localización de la Plaza. Esta determinada por la zona donde esta ubicada la plaza en la Ciudad.
2. Estacionamiento. Se valoro el acceso a estacionamiento para nuestros clientes.
3. Vías de Acceso. La plaza es accesible por diversas vías terrestres y hay ruta de transporte público.
4. Costo de Renta. Se comparo el costo de la renta mensual de las opciones disponibles.
5. Seguridad. Se valoró este factor dependiendo del personal asignado a cada fraccionamiento para su vigilancia y de las estadísticas de casos de inseguridad en cada fraccionamiento.
6. Ubicación del Local dentro de la Plaza. Se determino analizando la ubicación del local en relación a la entrada principal, vistas del local y a la cercanía a negocios que atraigan un mayor flujo de clientes.
7. Publicidad de la Plaza. Se considero la cantidad de publicidad que hace la plaza en diversos medios de comunicación para llamar mayores flujos de clientes.
8. Demanda. Se determino la cantidad de clientes que podrían asistir a la plaza y a nuestro local, con los ingresos necesarios para adquirir los productos que vendemos.
9. Negocios Ancla. Se valoro la existencia de negocios atractivos que generan un mayor flujo de clientes regularmente.
10. Competencia. Se analizaron los diversos establecimientos que existen en las plazas que podrían representar una competencia.
11. Zonificación de Nivel Socioeconómico. Se consideraron las zonas donde están ubicadas las plazas en relación al nivel de ingreso de los residentes.

### 3.6.1.3 Condiciones institucionales

Para la realización de este proyecto se deben considerar varios aspectos que enmarcan las legislaciones federal, estatal, y municipal para su establecimiento, los cuales se enumeran a continuación:

- a. Uso de suelo: Se requieren un promedio de 400 mts cuadrados, con un 70% de construcción y un 30% de áreas libres; además de contar con un espacio mínimo de estacionamiento para cinco autos.
- b. Alta ante la SHCP y ante el Estado.
- c. Obtención del Padrón de Importadores.
- d. Alta ante el IMSS.

## 3.6.2 Ordenamiento espacial interno

### 3.6.2.1 Dimensiones y características técnicas del local

La tienda esta ubicada en Plaza San Pedro, en el local 11, tiene una superficie total de 50 m2 aprox., el área de venta ocupa el 90% del local y los vestidores el 10%.

El local cuenta con un almacén de 15 m2 aprox. en la segunda planta, donde se resguarda la mercancía que fue traspasada del Centro de Distribución ubicado en las oficinas administrativas.

El diseño del local corre a cargo de un diseñador o ingeniero, el cual debe crear la imagen de la tienda a partir de los colores y estampados elegidos por la Gerente de Compra. Los materiales empleados en la construcción y remodelación del local deben ser supervisados por la Gerente de Compra, se busca utilizar los mejores materiales posibles y que a la vez den un sentido de vanguardia y exclusividad.

## Área de Venta

El área de venta debe tener piso brillante que contraste con la pared, el mueble exhibidor debe ser de madera, las paredes de concreto serán pintadas y la pared frontal tapizada.

A lo largo de las paredes del local habrá paredes ranuradas para colocar la mercancía, así como mobiliario de exhibición y dos aparadores en las ventanas de la entrada. El aparador debe ser cambiado regularmente, y el material de exhibición que no sea aprovechado debe ser guardado en el almacén de mercancía.

En el área de venta habrá cubos para la exhibición de la mercancía, una vitrina y muebles con cajones para el resguardo de mercancía.

## Punto de Venta

El punto de venta se ubica en el lado derecho del local, ocupando un 5% del área de venta. Consta de un mueble de madera con vitrina, donde será instalado el material para realizar las ventas. El mueble debe contener la computadora, impresora regular, impresora de notas, terminal bancaria, teléfono, papelería y además debe resguardar material de envoltura. La vitrina debe ser visible por el lado exterior, ahí se exhibirán diversos accesorios pequeños y medianos.

## Almacén

El almacén deber ser alfombrado y contar con una pared ranurada para colocar la mercancía que posteriormente será exhibida.

Hay un baño para uso exclusivo del personal ubicado en el área de almacén, de aproximadamente 1.5 metros cuadrados.

## Vestidores

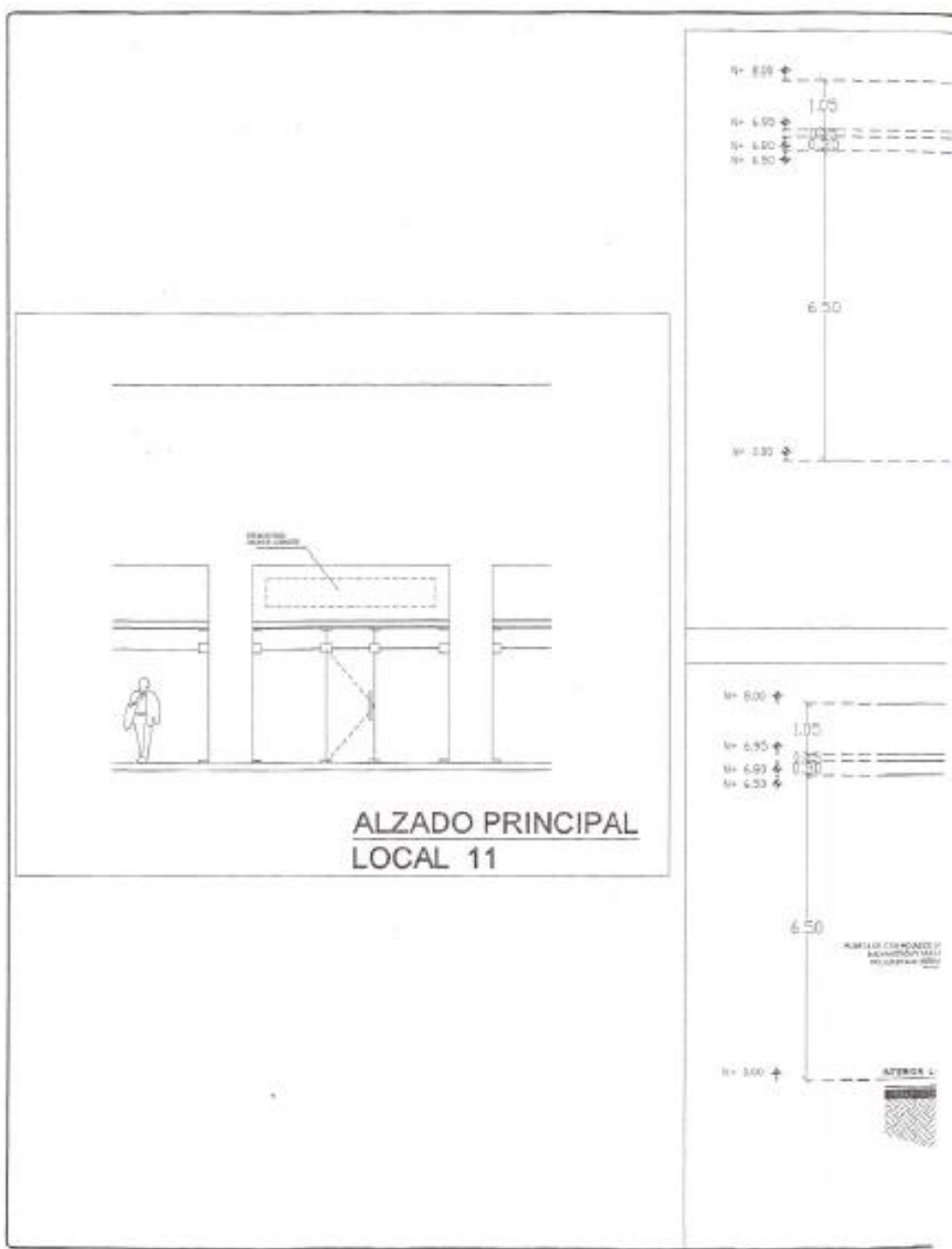
Los vestidores deben ser de 1.5 x 2 m, constan de pared lisa pintada, una cortina de tela gruesa color rojo, un foco colgante plateado, un banquillo pequeño y dos ganchos sujetos a la pared, para colocar la mercancía a probar.

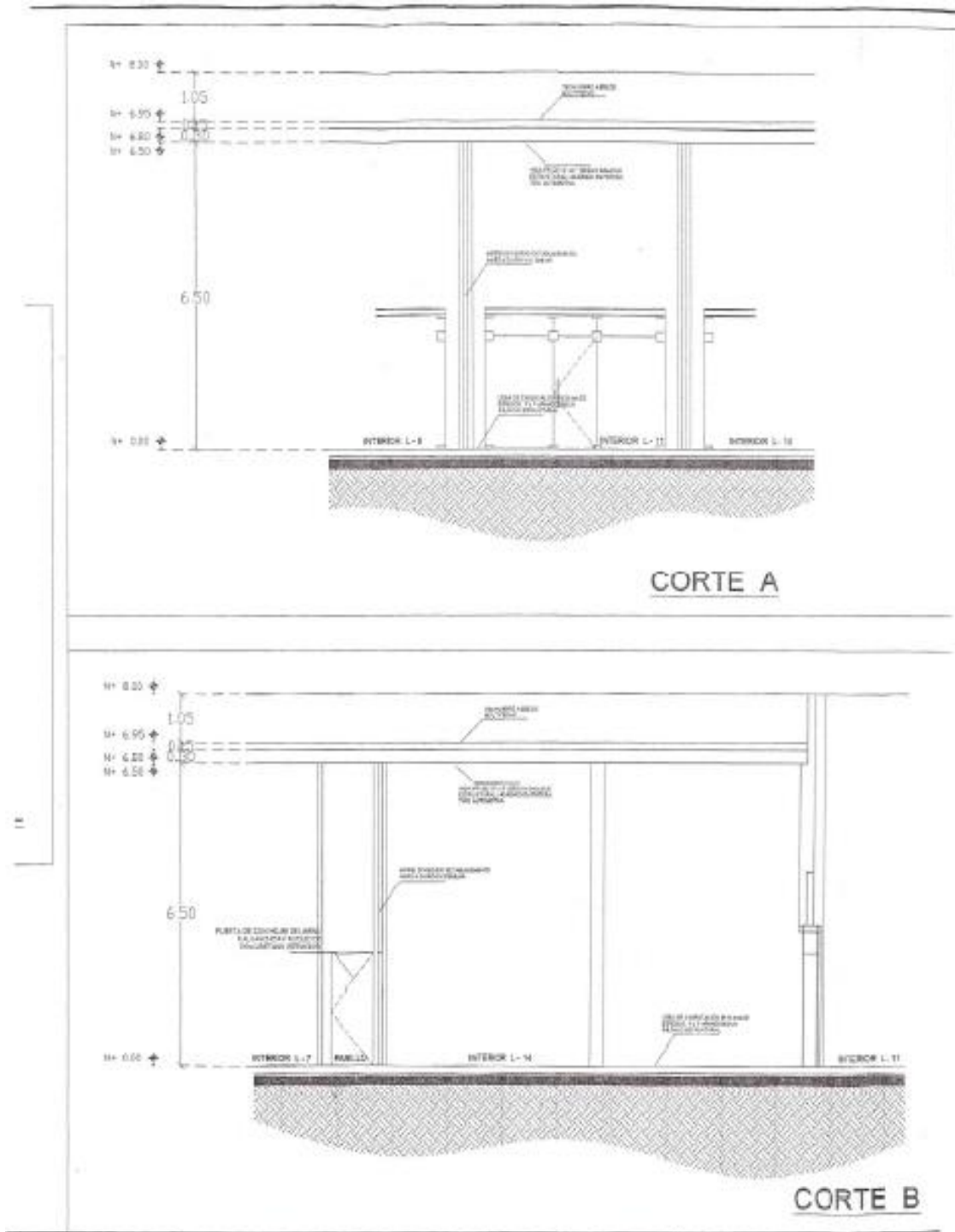
## Vistas del aparador de Básico Blusas



### 3.6.2.2 Distribución de las Instalaciones en el Local

#### DIBUJO DEL LOCAL





### 3.7 Organización

#### 3.7.1 Información General de la Empresa

La inversionista Rosella Villanueva Romero originaria de Mexicali, en sociedad con la Lic. María del Rocío Villanueva Romero y el Lic. Jorge Alfredo Torres Torres, constituirán una sociedad de responsabilidad limitada de capital variable localizada en Plaza San Pedro, en el municipio de Mexicali, Estado de Baja California. Estará formada por tres accionistas con un capital suscrito de \$500,000.00, los cuales serán íntegramente suscritos y pagados a la fecha de constitución de la sociedad.

El objetivo de la empresa es lograr que la mujer se vea y se sienta bien con ropa de calidad y el mejor servicio a nuestros clientes, a través del desarrollo permanente de nuestros colaboradores, la rentabilidad esperada por nuestros accionistas y la participación comprometida.

#### 3.7.2. Forma jurídica de constitución

Se establecerá una sociedad de responsabilidad limitada de capital variable, bajo la denominación social de Moda S. de R.L. de C.V. Se integra por tres socios, cuya obligación se limita al pago de sus acciones.

La sociedad esta integrada por los siguientes socios:

Rosella Villanueva Romero  
Rocío Villanueva Romero  
Jorge Torres Torres

El capital suscrito es de \$500,000.00 MN la constitución de la sociedad se hace a través de la comparecencia ante notario, y la suscripción pública.

#### 3.7.3. Estructura accionaria

Las acciones se dividen de la siguiente manera:

Rosella Villanueva Romero	33.50 %
Rocío Villanueva Romero	33.50 %
Jorge Torres Torres	33.00 %

#### 3.7.4. Consejo de administración

La administración de la sociedad de responsabilidad limitada de capital variable estará a cargo del administrador general, el cual es accionista de la sociedad, decidiéndose que la Lic. Rosella Villanueva Romero será la administradora general de la empresa, socio mayoritario de la sociedad, establecido por tiempo indeterminado,

1. Procedimiento para su registro

Se deberá inscribir en el Registro Público de Comercio del lugar donde tenga su domicilio social. Para ello, se enviara un testimonio de su escritura constitutiva, se pagan los derechos correspondientes, quedando registrada.

2. Libros y registros obligatorios

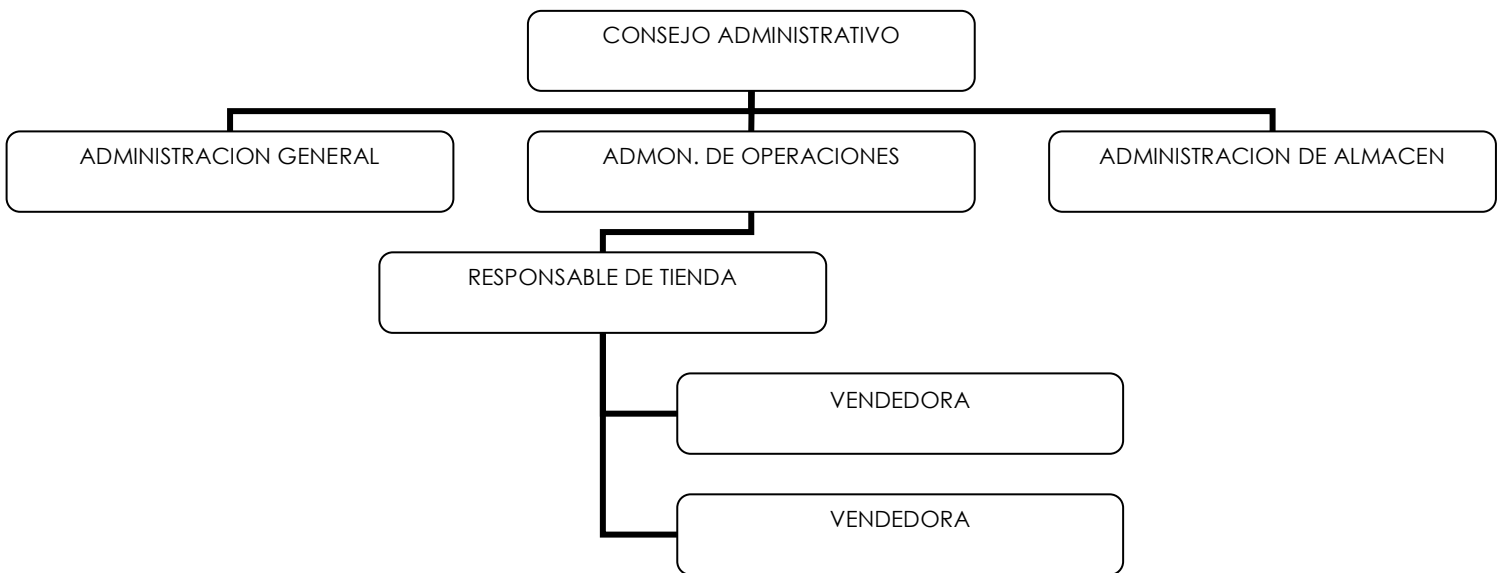
La sociedad llevara los libros y registros, los cuales se llevaran a través del contador, siendo el Libro Diario, Libro Mayor, Libro de Actas de Asambleas de Accionistas, Registro de Accionistas de la Sociedad, etcétera. El contador de la sociedad debe elaborar un informe financiero que será sometido a cada ejercicio terminado, a la consideración de la asamblea de socios, quien resolverá sobre su aprobación, el informe financiero que debe preparar anualmente comprende lo siguiente:

- Estado de situación financiera al cierre del ejercicio.
- Estado de resultados del ejercicio.
- Estado de cambios en la situación financiera del ejercicio.
- Estado de variaciones en el ejercicio de las cuentas de capital contable.
- Notas a los estados financieros.

Para efectos legales y fiscales, el ejercicio termina en el mes de diciembre.

3.7.5. Organigrama general

Esquema de la estructura organizacional de la empresa:



Se definirán las funciones específicas y políticas generales para cada uno de los puestos.

### 3.7.6. Responsables del proyecto

Los inversionistas María del Rocío Villanueva Romero, Rosella Villanueva Romero y Jorge Alfredo Torres Torres, son los encargados de dirigir el proyecto para el logro de los objetivos planteados. Cabe aclarar que la Lic Rosella Villanueva se hará cargo de la Administración General, el Lic. Jorge Torres de la Administración de Operaciones y la Lic. Maria del Rocío Villanueva de la Administración de Almacén.

Antecedentes de la Administración:

María del Rocío Villanueva Romero cuenta con licenciatura en Derecho por la UABC, y tres materias de la maestría en administración, de igual forma, se encuentra cursando una especialidad en alta dirección en el IPADE, con un 75% de avance. Ha cursado diversos estudios en temas de negocios. Inicio su empresa hace 20 años en Mexicali, la cual continua creciendo.

Rosella Villanueva Romero, cuenta con licenciatura de Sociología por la UABC, y ha tomado diversos cursos y diplomados en temas empresariales. Es socia fundadora de la empresa Etcétera Accesorios, donde también realiza funciones directivas

Jorge Alfredo Torres Torres, es licenciado en Economía por el IPN, concluyo en el 2003 una maestría en administración en Cety's Universidad, se desempeño por casi 6 años como director del Centro Empresarial de Mexicali, Coparmex. Se inició en el giro comercial con una sucursal de Etcétera Accesorios y posteriormente se incorporó a la empresa como Gerente General, desde junio del 2006 a la fecha.

### 3.7.7. Requerimientos de personal

#### Responsable de Tienda

Egresada o Trunca Nivel Licenciatura, mayor de 25 años, carta de recomendación, excelente presentación, entusiasta y creativa.

Funciones principales:

- Atención y saludo a clientes.
- Recepción y envío de mercancía.
- Solicitud de insumos y material de envoltura.
- Presentación y limpieza de la tienda.
- Diseño de los exhibidores y acomodo de la mercancía.
- Mantenimiento de aparadores en vanguardia.
- Solicitud de mercancía más vendida.
- Acceso al sistema Sait Inventario.
- Revisión del corte de caja.
- Deposito de dinero a entregar.

#### Vendedora

Estudiante o Pasante Nivel Licenciatura, mayor de 20 años, carta de recomendación, buena presentación y actitud.

Funciones principales:

- Atención a clientes.
- Conteo de mercancía recibida en traspaso.
- Poner en exhibición la mercancía.
- Limpiar local.

- Ordenar la mercancía en almacén.
- Asesorar clientes.
- Cobro de ventas.
- Hacer corte de caja al final de jornada.
- Elaboración de facturas.
- Envoltura de mercancía comprada por clientes.

### 3.7.8. Tabuladores de sueldos

#### Factores de Valuación de Puestos

No.	Factor	Definición	Puntos
1	<b>Experiencia</b>	Es la medida de la cantidad de tiempo previo necesario en el mismo puesto o en actividades afines al puesto que se valúa.	<b>200</b>
2	<b>Responsabilidad</b>	Es la medida de los requerimientos del puesto en lo que respecta a la capacidad de actuar solo y sin guía en la realización de una tarea y al tomar decisiones.	<b>200</b>
3	<b>Educación</b>	Es el conjunto de conocimientos generales y/o especializados necesarios (que pueden ser adquiridos a través de educación formal, educación continua y/o entrenamiento técnico) para el desarrollo adecuado de las tareas inherentes al puesto que se valúa.	<b>200</b>
4	<b>Toma de decisiones</b>	Medida de la pérdida en valores probable, que resultara a la empresa, por errores, fallas u omisiones en la ejecución del trabajo o en las decisiones tomadas.	<b>200</b>
5	<b>Relaciones</b>	Mide la importancia de las relaciones internas y externas de la empresa, así como su impacto	<b>150</b>
6	<b>Condiciones de trabajo</b>	Mide la intensidad y continuidad del desgaste inevitable de energía física y desgaste visual en el desempeño del puesto que valúa.	<b>50</b>

No. 1 – Valor: **200 Puntos**

Factor: **Experiencia**

Definición: *Es una medida de la cantidad de tiempo previo necesario, en el mismo puesto o en actividades afines al puesto que se evalúa.*

Grados	Definición	Puntuación
<b>A</b>	6 meses.	<b>60</b>
<b>B</b>	7 a 12 meses.	<b>100</b>
<b>C</b>	13 a 24 meses.	<b>130</b>
<b>D</b>	25 a 36 meses.	<b>170</b>
<b>E</b>	37 a 60 meses.	<b>200</b>

No. 2 – Valor: **200 Puntos**

Factor: **Responsabilidad**

Definición: *Es la medida de los requerimientos del puesto en lo que respecta a la capacidad de actuar solo y sin guía, en la realización de una tarea y al tomar decisiones.*

Grados	Definición	Puntuación
<b>A</b>	Requiere de iniciativa para hacer frente a problemas sencillos y cotidianos que se presenten eventualmente y en donde las instrucciones generales, los métodos y procedimientos indican de antemano la acción a tomarse. Los problemas anormales los canaliza con su jefe.	<b>60</b>
<b>B</b>	Requiere de iniciativa para ir planeando los detalles de los procedimientos y métodos que necesita para realizar las tareas encomendadas, precisando resolver problemas que se presentan y para los cuales existe una guía de acción. Debiendo someter a consideración de su jefe sus decisiones.	<b>100</b>
<b>C</b>	Requiere iniciativa para realizar en forma independiente toda la planeación y control de las actividades encomendadas, precisa tomar decisiones importantes y comunicar a su jefe lo decidido.	<b>160</b>
<b>D</b>	Requiere de iniciativa para realizar actividades administrativas de amplia trascendencia, elaborar políticas, planes y estrategias a largo plazo, formular proyectos de inversiones cuantiosas, etc.	<b>200</b>

No. 3 – Valor: **200 Puntos**

Factor: **Educación**

Definición: *Es el conjunto de conocimientos generales y/o especializados necesarios (que pueden ser adquiridos a través de educación formal, educación continua y/o entrenamiento técnico) para el desarrollo adecuado de las tareas inherentes al puesto que se valúa.*

Grados	Definición	Puntuación
<b>A</b>	Bachillerato o carrera técnica.	<b>70</b>
<b>B</b>	Licenciatura.	<b>100</b>
<b>C</b>	Licenciatura. Dominio idioma inglés.	<b>130</b>
<b>D</b>	Estudios de postgrado. Dominio del idioma inglés	<b>200</b>

No. 4 – Valor: **200 Puntos**

Factor: **Toma de Decisiones**

Definición: *Es una medida de la pérdida en valores probable, que resultara a la empresa, por errores, fallas y omisiones en la ejecución del trabajo o en las decisiones tomadas.*

Grados	Definición	Puntuación
<b>A</b>	Responsabilidad por el desarrollo de funciones cuyo incumplimiento, fallas, o errores al desempeñarlas, provoquen principalmente trastornos al ocupante del puesto como pérdida de tiempo, baja en la eficiencia, retrabajo, etc.	<b>30</b>
<b>B</b>	Responsabilidad por el desarrollo de funciones cuyo incumplimiento, fallas o errores al desempeñarlas, generan trastornos a todo un departamento de trabajo; tales como retrasos, tiempos extras y pérdidas económicas y de tiempo del jefe inmediato.	<b>60</b>
<b>C</b>	Responsabilidad por el desarrollo de funciones cuyo incumplimiento, fallas o errores al desempeñarlas, impactan en toda el área de trabajo donde son desarrolladas; afectando la calidad del producto o servicio y la productividad del área.	<b>90</b>
<b>D</b>	Responsabilidad por el desarrollo de actividades cuyo incumplimiento, fallas o errores al desempeñarlas tienen un efecto en varias áreas de trabajo, demorando el progreso de los programas de la empresa, lo cual provoca incumplimiento de tiempos de entrega, elevación de costos o baja moral de los empleados.	<b>140</b>
<b>E</b>	Responsabilidad por el desarrollo de funciones cuyo incumplimiento, fallas o errores al desempeñarlas, limitan la oportunidad del éxito de la operación completa de la empresa, al provocar elevación significativa en los costos, incumplimiento de compromisos contraídos con clientes y reducción de la eficiencia global.	<b>200</b>

No. 5 – Valor: **150 Puntos**

Factor: **Relaciones**

Definición: *Mide la importancia de las relaciones tanto internas como externas de la empresa y su impacto.*

<b>Grados</b>	<b>Definición</b>	<b>Puntuación</b>
<b>A</b>	Internamente en forma esporádica pero no representa una función importante en su puesto, no tiene contactos externos.	<b>10</b>
<b>B</b>	Internamente con niveles similares para negociar acuerdos que impliquen seguimiento o externamente con proveedores para solicitar información, solicitar cotizaciones, sin llegar a negociar.	<b>50</b>
<b>C</b>	Internamente con niveles superiores para negociar acuerdos importantes para la empresa y que impliquen coordinación y/o externamente con representantes de otras empresas, autoridades de gobierno, negocia con proveedores y sus decisiones impactan a la empresa.	<b>100</b>
<b>D</b>	Internamente coordina, negocia, comunica y da seguimiento a aspectos importantes que afecten de manera significativa a la empresa, y/o externamente representa a la empresa ante las instancias de gobierno, clientes, proveedores y corporativo y sus decisiones impactan fuertemente a la empresa.	<b>150</b>

No. 6 – Valor: **50 Puntos**Factor: **Condiciones de Trabajo**Definición: *Mide la intensidad y continuidad del desgaste inevitable de energía física en el desempeño del puesto que valúa.*

Grados	Definición	Puntuación
<b>A</b>	Basta con el desgaste de energía física normal que requiere todo trabajo. Su trabajo se desarrolla en condiciones de oficina.	<b>10</b>
<b>B</b>	Precisa ocasionalmente trabajar en posiciones difíciles, o levantar y transportar objetos o recorrer áreas físicas o permanecer de pie, o la concentración visual frente a un monitor en forma esporádica. Su trabajo se desarrolla en condiciones de oficina.	<b>20</b>
<b>C</b>	Requiere constantemente desgaste de energía física o visual sostenida. Precisa estar casi siempre sentado o de pie desarrollando actividades de rápida y continua manipulación en el manejo de mercancía a un ritmo impuesto o frente a un monitor. Su trabajo se desarrolla en condiciones de oficina.	<b>30</b>
<b>D</b>	Requiere mucho desgaste de energía física durante periodos regulares y prolongados de tiempo. Precisa regularmente trabajar en posiciones difíciles, o levantar y transportar objetos, o recorrer áreas físicas o permanecer de pie, etc. Su trabajo se desarrolla a la intemperie.	<b>50</b>

**Tabla de Valuación de Puestos**

PUESTO	Factor No. 1		Factor No. 2		Factor No. 3		Factor No. 4		Factor No. 5		Factor No. 6		TOTAL
	Experiencia		Responsabilidad		Educación		Toma de Decisiones		Relaciones		Condiciones de Trabajo		
	Grado	Valor	Grado	Valor	Grado	Valor	Grado	Valor	Grado	Valor	Grado	Valor	
Gerente General	E	200	D	200	D	200	E	200	D	100	A	10	910
Gerente de Compras	E	200	D	200	D	200	E	200	D	100	A	10	910
Gerente de Sucursales	E	200	D	200	D	200	E	200	D	100	A	10	910
Responsable de Tienda	C	130	B	100	B	100	C	90	B	50	B	20	490
Vendedora	A	60	A	60	A	70	B	60	A	10	B	20	280

**Tabulador de Sueldos**

Nombre del puesto	Sueldo Diario	C1	C2	C3	C4
		<b>620.32</b>	<b>682.35</b>	<b>750.59</b>	<b>825.65</b>
Gerente General					
Gerente de Sucursales					
Gerente de Compras					
Responsable de Tienda	264.50	264.50			
		<b>197.65</b>	<b>217.42</b>	<b>239.16</b>	<b>263.08</b>
		<b>135.00</b>	<b>148.50</b>	<b>163.35</b>	<b>179.69</b>
Vendedora	135.10	135.10			

C1: sueldo actual

C2: incremento del 10% en relación a C1 (al obtener 100% en evaluación)

C3: incremento del 10% en relación a C2 (al obtener 100% en evaluación)

C4: incremento del 10% en relación a C3 (al obtener 100% en evaluación)

**3.7.9. Prestaciones al personal**

Los trabajadores gozaran de todas las prestaciones de ley. Incluidas:

Vacaciones

Prima vacacional

Aguinaldo

Seguridad Social

INFONAVIT

Fondo de ahorro para el retiro

Adicionalmente, tendrán un descuento por ser empleados del 30% en compras en el local comercial.

### 3.8. ANALISIS DE COSTOS

#### 3.8.1 Costo total de la inversión fija

##### Inversión Fija

Concepto	Total Pesos
<b>Activos Fijos Tangibles</b>	
<b>Edificio (Remodelación Local)</b>	<b>198,155.00</b>
<b>Equipo Principal</b>	
Computadora	3,900.00
Fax/Telefono	1,300.00
Impresora Laser	975.00
Impresora Notas Venta	18,200.00
Accesorios y Papeleria	1,150.00
Punto de Venta (Mueble)	8,000.00
Mensulas	9,000.00
Mesas	6,000.00
Rieles y Spots (Iluminación)	7,600.00
Islas	2,550.00
Pick up - Tornado	134,720.00
Mueble Aparador	3,800.00
Pistola	1,500.00
Antena de Seguridad	24,960.00
Caja de Seguridad	2,000.00
Brazos y Ganchos	8,250.00
Sensores	11,310.00
Letrero Luminoso	21,200.00
Letrero Interior	9,850.00
<b>Total</b>	<b>276,265.00</b>
<b>Activos Fijos Intangibles</b>	
Planeación e Integración del Proyecto	8,500.00
Publicidad y Promoción	10,000.00
software (licencia sait)	4,000.00
Fondo Fijo Preopertivo	2,300.00
Capacitación del Personal	1,750.00
<b>Total</b>	<b>26,550.00</b>
<b>Imprevistos</b>	<b>45,422.40</b>
<b>Capital de trabajo</b>	<b>291,755.75</b>
<b>Total: Inversión Fija del Proyecto</b>	<b>\$ 838,148.00</b>

### 3.8.2 Del mobiliario y equipo

CONCEPTO	UNIDADES	VALOR UNITARIO	VALOR
<b>Equipo Principal</b>			
Computadora	1	3,900.00	3,900.00
Fax/Telefono	1	1,300.00	1,300.00
Impresora Laser	1	975.00	975.00
Impresora Notas Venta	1	18,200.00	18,200.00
Accesorios y Papelería	1	1,150.00	1,150.00
Punto de Venta (Mueble)	1	8,000.00	8,000.00
Mensulas	12	750.00	9,000.00
Mesas	4	1,500.00	6,000.00
Rieles y Spots (Iluminación)	4	1,900.00	7,600.00
Islas	3	850.00	2,550.00
Pick up - Tornado	1	134,720.00	134,720.00
Mueble Aparador	2	1,900.00	3,800.00
Pistola	1	1,500.00	1,500.00
Antena de Seguridad	1	24,960.00	24,960.00
Caja de Seguridad	1	2,000.00	2,000.00
Brazos y Ganchos	55	150.00	8,250.00
Sensores	1	11,310.00	11,310.00
Letrero Luminoso	1	21,200.00	21,200.00
Letrero Interior	1	9,850.00	9,850.00
<b>Total</b>			<b>276,265.00</b>

### 3.8.3 Costos y gastos del servicio

#### 3.8.3.1 Sueldos del personal

CONCEPTO	SUELDO MENSUAL POR PLAZA (PESOS)	PRESTACIONES OTORGADAS ANUAL	COSTO TOTAL ANUAL
<b>A. DIRECTA</b>			
RESPONSABLE DE TIENDA	\$9,500.00	\$1,900.00	\$115,900.00
VENDEDORA 1	\$6,000.00	\$1,200.00	\$73,200.00
VENDEDORA 2	\$6,000.00	\$1,200.00	\$73,200.00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$21,500.00</b>	<b>\$4,300.00</b>	<b>\$262,300.00</b>
<b>B. INDIRECTA</b>			
GERENTE GENERAL	\$12,000.00	\$2,400.00	\$146,400.00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$12,000.00</b>	<b>\$2,400.00</b>	<b>\$146,400.00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$33,500.00</b>	<b>\$6,700.00</b>	<b>\$408,700.00</b>

**3.8.3.2 De los servicios (otros costos)**

CONCEPTO	IMPORTES ANUALES
Papelería	\$ 18,000.00
Reparaciones	\$ 12,000.00
Renta	\$ 140,400.00
Teléfono	\$ 16,800.00
Agua	\$ 1,560.00
Luz	\$ 30,000.00

**Costo Anual Total** \$ **218,760.00**

**3.8.3.3 Depreciación y amortización**

Concepto	Inversion	Tasa Dep Anual
<b>Edificio (remodelacion)</b>	<b>198,155.00</b>	10%
<b>Equipo de Computo</b>		
Computadora	3,900.00	30%
<b>Total Depreciación Equipo de Computo</b>		
<b>Equipo de transporte</b>		
Pick up - Tornado	134,720.00	25%
<b>Total depreciación Equipo de Transporte</b>		
<b>Equipo de oficina</b>		
Fax/Telefono	1,300.00	10%
Impresora Laser	975.00	10%
Impresora Notas Venta	18,200.00	10%
<b>Total Dep Equipo de Oficina</b>	<b>20,475.00</b>	
<b>Mobiliario y Equipo</b>		
Accesorios y papeleria	1,150.00	10%
Punto de Venta (Mueble)	8,000.00	10%
Mensulas	9,000.00	10%
Mesas	6,000.00	10%
Rieles y Spots (Iluminación)	7,600.00	10%
Islas	2,550.00	10%
Mueble Aparador	3,800.00	10%
Pistola	1,500.00	10%
Antena de Seguridad	24,960.00	10%
Caja de Seguridad	2,000.00	10%
Brazos y Ganchos	8,250.00	10%

Sensores	11,310.00	10%
Letrero luminoso	21,200.00	10%
Letrero interior	9,850.00	10%
<b>Total Mobiliario y Equipo</b>	<b>117,170.00</b>	
<b>Total Depreciación</b>		
<b>Gastos Amortizables</b>		
Planeación e Integración del Proyecto	8,500.00	10%
Publicidad y Promoción	10,000.00	10%
software (licencia sait)	4,000.00	10%
Fondo Fijo Preopertivo	2,300.00	10%
Capacitación del Personal	1,750.00	10%
<b>Total de gastos Amortizables</b>	<b>26,550.00</b>	
<b>Imprevistos</b>	<b>45,422.40</b>	10%
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>546,392.40</b>	

### 3.8.4 Costos del artículo y/o servicio

#### Costo de Venta por Unidades

	PRECIO COSTO	COSTO UNITARIO	COSTO VENTA	COSTO TOTAL U
Blusa 1	\$5.25	\$2.50	\$7.75	\$15.50
Blusa 2	\$8.25	\$2.50	\$10.75	\$21.50
Blusa 3	\$10.25	\$2.50	\$12.75	\$25.50
Aretes	\$0.75	\$2.50	\$3.25	\$6.50
Cintos	\$1.00	\$2.50	\$3.50	\$7.00
Cosméticos	\$2.25	\$2.50	\$4.75	\$9.50

### 3.10. CONCLUSIÓN

La empresa **Moda S de RL de CV** cuenta con una gran oportunidad de prosperar en el mercado, pues el interés que tienen las mujeres por su imagen personal se encuentra a la orden del día y representa una garantía de éxito para la misma. Determinando la viabilidad del proyecto es necesario no pasar por alto el hecho de realizar estrategias de venta y promoción del servicio para motivar el conocimiento de los clientes en cuanto a la calidad y experiencia en el servicio de la empresa de seguridad privada.

Es muy importante para los emprendedores que tengan presente los objetivos a corto, mediano y largo plazo que se fijaron en el plan, pues indican que se debe buscar el cumplimiento de cada uno de ellos para encaminar a la empresa hacia la obtención de buenos resultados y lograr cumplir la Misión y Visión organizacional en tiempo y forma.

Si se siguen las estrategias de venta recomendadas, es muy probable que a partir del 5to. mes de operaciones, la empresa se posicione fuertemente en el mercado. Esto sucederá si no se pierde de vista que se debe de realizar una inversión en mercadotecnia para que la empresa sea reconocida por su segmento de mercado y los futuros clientes.

El plan de negocios muestra que el negocio es redituable; aun así se deberá mantener el punto de equilibrio de \$ 85,872 al mes para cubrir sus costos fijos y otros gastos que crecerán conforme amplíe su personal operativo y vaya amentando el flujo de los clientes; la empresa recuperará el monto total de la inversión a partir del 12vo. mes de haber iniciado operaciones.

Es de vital importancia y factor crítico de éxito para la empresa **Moda S de RL de CV** que el servicio brindado al cliente sea de excelente calidad, pues un error en cualquier aspecto determinará su decisión de regresar en un futuro.

# Estudio Financiero

## Basico Blusas MODA S DE RL DE CV

**ESTUDIO FINANCIERO****4.1 INVERSIÓN TOTAL INICIAL, FIJA Y DIFERIDA****Moda S de RL de CV****Inversión Fija**

Concepto	Cantidad	CU Pesos	Total Pesos
----------	----------	----------	-------------

**Activos Fijos Tangibles**

<b>Edificio (Remodelación Local)</b>			<b>198,155.00</b>
--------------------------------------	--	--	-------------------

CONCEPTO	UNIDADES	VALOR UNITARIO	VALOR	IMPREVISTOS 15%	TOTAL
<b>Equipo Principal</b>					
Computadora	1	3,900.00	3,900.00	585.00	\$ 4,485.00
Fax/Telefono	1	1,300.00	1,300.00	195.00	\$ 1,495.00
Impresora Laser	1	975.00	975.00	146.25	\$ 1,121.25
Impresora Notas Venta	1	18,200.00	18,200.00	2,730.00	\$ 20,930.00
Accesorios y Papeleria	1	1,150.00	1,150.00	172.50	\$ 1,322.50
Punto de Venta (Mueble)	1	8,000.00	8,000.00	1,200.00	\$ 9,200.00
Mensulas	12	750.00	9,000.00	1,350.00	\$ 10,350.00
Mesas	4	1,500.00	6,000.00	900.00	\$ 6,900.00
Rieles y Spots (Iluminación)	4	1,900.00	7,600.00	1,140.00	\$ 8,740.00
Islas	3	850.00	2,550.00	382.50	\$ 2,932.50
Pick up - Tornado	1	134,720.00	134,720.00	20,208.00	\$ 154,928.00
Mueble Aparador	2	1,900.00	3,800.00	570.00	\$ 4,370.00
Pistola	1	1,500.00	1,500.00	225.00	\$ 1,725.00
Antena de Seguridad	1	24,960.00	24,960.00	3,744.00	\$ 28,704.00
Caja de Seguridad	1	2,000.00	2,000.00	300.00	\$ 2,300.00
Brazos y Ganchos	55	150.00	8,250.00	1,237.50	\$ 9,487.50
Sensores	1	11,310.00	11,310.00	1,696.50	\$ 13,006.50
Letrero Luminoso	1	21,200.00	21,200.00	3,180.00	\$ 24,380.00
Letrero Interior	1	9,850.00	9,850.00	1,477.50	\$ 11,327.50
<b>Total</b>			<b>276,265.00</b>	<b>41,439.90</b>	<b>\$ 317,704.75</b>

**Activos Fijos Intangibles**

Planeación e Integración del Proyecto		8,500.00	1,275.00	\$ 9,775.00
Publicidad y Promoción		10,000.00	1,500.00	\$ 11,500.00
software (licencia sait)		4,000.00	600.00	\$ 4,600.00
Fondo Fijo Preopertivo		2,300.00	345.00	\$ 2,645.00
Capacitación del Personal		1,750.00	262.50	\$ 2,012.50
<b>Total</b>		<b>26,550.00</b>	<b>3,982.50</b>	<b>\$ 30,532.50</b>

<b>Imprevistos</b>	<b>45,422.40</b>	
<b>Capital de trabajo</b>	<b>291,755.75</b>	
<b>Total: Inversión Fija del Proyecto</b>	<b>\$ 838,148.00</b>	546,392.25

**NOTA:** Los imprevistos se distribuyeron en forma proporcional en un 15%

#### 4.2 PROGRAMA DE ORÍGENES Y APLICACIONES DEL PERIODO PREOPERATIVO

### Moda S de RL de CV

#### Programa de Origenes y Aplicaciones del Periodo Preoperativo

CONCEPTO	TOTAL EN PESOS	MES		
		1	2	3
<b><u>Necesidades de Recursos</u></b>				
<u>Activos Fijos Tangibles</u>				
Renta Local	\$ 140,400.00	\$ 11,700.00	\$ 11,700.00	\$ 11,700.00
Edificios (Remodelacion)	\$ 198,155.00	\$ 198,155.00		
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 338,555.00</b>	<b>\$ 209,855.00</b>	<b>\$ 11,700.00</b>	<b>\$ 11,700.00</b>
Equipo Principal	\$ 141,545.00	\$ 70,772.50	\$ 70,772.50	
Equipo Auxiliar	\$ 10,920.00			\$ 10,920.00
Equipo de transporte	\$ 134,720.00			\$ 134,720.00
Imprevistos	\$ 45,422.40			
<b>TOTAL ACTIVOS TANGIBLES</b>	<b>\$ 671,162.40</b>	<b>\$ 280,627.50</b>	<b>\$ 82,472.50</b>	<b>\$ 157,340.00</b>
<u>Activos Fijos Intangibles</u>	\$ 26,550.00	\$ 2,212.50	\$ 2,212.50	\$ 2,212.50
<b>Capital de trabajo de periodo preoperativo</b>	<b>\$ 291,755.75</b>			
<b>Sumas Necesidades De Recursos</b>	<b>\$ 989,468.15</b>	<b>\$ 282,840.00</b>	<b>\$ 84,685.00</b>	<b>\$ 159,552.50</b>
<b><u>Origen de Recursos</u></b>				
Aportacion de Accionistas 50.53%	\$ 500,000.00	\$ 142,925.27	\$ 42,793.19	\$ 80,625.39
Credito Bancario 49.46%	\$ 489,468.15	\$ 139,914.73	\$ 41,891.81	\$ 78,927.11
<b>Total de Origenes de Recursos</b>	<b>\$ 989,468.15</b>	<b>\$ 282,840.00</b>	<b>\$ 84,685.00</b>	<b>\$ 159,552.50</b>

## 4.3 DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS

## Moda S de RL de CV

## Costo de Venta por Unidades

	PRECIO COSTO	COSTO UNITARIO	COSTO VENTA	COSTO TOTAL U	PRECIO VENTA	MARGEN CONTRIB	%CONTRIB MARGINAL	%COSTO VENTAS
Blusa 1	\$5.25	\$2.50	\$7.75	\$15.50	\$20.00	\$12.25	61%	39%
Blusa 2	\$8.25	\$2.50	\$10.75	\$21.50	\$30.00	\$19.25	64%	36%
Blusa 3	\$10.25	\$2.50	\$12.75	\$25.50	\$40.00	\$27.25	68%	32%
Aretes	\$0.75	\$2.50	\$3.25	\$6.50	\$8.00	\$4.75	59%	41%
Cintos	\$1.00	\$2.50	\$3.50	\$7.00	\$10.00	\$6.50	65%	35%
Cosméticos	\$2.25	\$2.50	\$4.75	\$9.50	\$10.00	\$5.25	53%	48%

## 4.4 DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES

Depreciacion de Maquinaria y Equipo Necesario									
Depreciacion y Amortizacion por año									
Concepto	Inversion	Tasa Dep Anu al	1	2	3	4	5	Dep Acum	Valor en Libros
									año 5
<b>Edificio (remodelacion)</b>	<b>198,155.00</b>	10%	19,815.50	19,815.50	19,815.50	19,815.50	19,815.50	99,077.50	99,077.50
<b>Equipo de Computo</b>									
Computadora	3,900.00	30%	1,170.00	1,170.00	1,170.00	390.00			0.00
<b>Total Depreciación Equipo de Computo</b>			<b>1,170.00</b>	<b>1,170.00</b>	<b>1,170.00</b>	<b>390.00</b>		0.00	
<b>Equipo de transporte</b>									
Pick up - Tornado	134,720.00	25%	33,680.00	33,680.00	33,680.00	33,680.00	0.00	0.00	0.00
<b>Total depreciación Equipo de Transporte</b>			<b>33,680.00</b>	<b>33,680.00</b>	<b>33,680.00</b>	<b>33,680.00</b>			
<b>Equipo de oficina</b>									
Fax/Telefono	1,300.00	10%	130.00	130.00	130.00	130.00	130.00	650.00	650.00
Impresora Laser	975.00	10%	97.50	97.50	97.50	97.50	97.50	487.50	487.50
Impresora Notas Venta	18,200.00	10%	1,820.00	1,820.00	1,820.00	1,820.00	1,820.00	9,100.00	9,100.00
<b>Total Dep Equipo</b>	<b>20,475.00</b>		<b>2,047.50</b>	<b>2,047.50</b>	<b>2,047.50</b>	<b>2,047.50</b>	<b>2,047.50</b>	<b>10,237.50</b>	

<b>de Oficina</b>									
<b>Mobiliario y Equipo</b>									
Accesorios y papelería	1,150.00	10%	115.00	115.00	115.00	115.00	115.00	575.00	575.00
Punto de Venta (Mueble)	8,000.00	10%	800.00	800.00	800.00	800.00	800.00	4,000.00	4,000.00
Mensulas	9,000.00	10%	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	4,500.00	4,500.00
Mesas	6,000.00	10%	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	3,000.00	3,000.00
Rieles y Spots (Iluminación)	7,600.00	10%	760.00	760.00	760.00	760.00	760.00	3,800.00	3,800.00
Islas	2,550.00	10%	255.00	255.00	255.00	255.00	255.00	1,275.00	1,275.00
Mueble Aparador	3,800.00	10%	380.00	380.00	380.00	380.00	380.00	1,900.00	1,900.00
Pistola	1,500.00	10%	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	750.00	750.00
Antena de Seguridad	24,960.00	10%	2,496.00	2,496.00	2,496.00	2,496.00	2,496.00	12,480.00	12,480.00
Caja de Seguridad	2,000.00	10%	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	1,000.00	1,000.00
Brazos y Ganchos	8,250.00	10%	825.00	825.00	825.00	825.00	825.00	4,125.00	4,125.00
Sensores	11,310.00	10%	1,131.00	1,131.00	1,131.00	1,131.00	1,131.00	5,655.00	5,655.00
Letrero luminoso	21,200.00	10%	2,120.00	2,120.00	2,120.00	2,120.00	2,120.00	10,600.00	10,600.00
Letrero interior	9,850.00	10%	985.00	985.00	985.00	985.00	985.00	4,925.00	4,925.00
<b>Total Mobiliario y Equipo</b>	<b>117,170.00</b>		<b>11,717.00</b>	<b>11,717.00</b>	<b>11,717.00</b>	<b>11,717.00</b>	<b>11,717.00</b>	<b>58,585.00</b>	
<b>Total Depreciacion</b>			<b>48,614.50</b>	<b>48,614.50</b>	<b>48,614.50</b>	<b>47,834.50</b>	<b>13,764.50</b>	<b>79,060.00</b>	
<b>Gastos Amortizables</b>									
Planeación e Integración del Proyecto	8,500.00	10%	850.00	850.00	850.00	850.00	850.00	4,250.00	4,250.00
Publicidad y Promoción	10,000.00	10%	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	5,000.00	5,000.00
software (licencia sait)	4,000.00	10%	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	2,000.00	2,000.00
Fondo Fijo Preopertivo	2,300.00	10%	230.00	230.00	230.00	230.00	230.00	1,150.00	1,150.00
Capacitación del Personal	1,750.00	10%	175.00	175.00	175.00	175.00	175.00	875.00	875.00
<b>Total de gastos Amortizables</b>	<b>26,550.00</b>		<b>2,655.00</b>	<b>2,655.00</b>	<b>2,655.00</b>	<b>2,655.00</b>	<b>2,655.00</b>	<b>13,275.00</b>	
<b>Imprevistos</b>	<b>45,422.40</b>	10%	<b>4,542.24</b>	<b>4,542.24</b>	<b>4,542.24</b>	<b>4,542.24</b>	<b>4,542.24</b>	<b>22,711.20</b>	
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>546,392.40</b>		<b>75,627.24</b>	<b>75,627.24</b>	<b>75,627.24</b>	<b>74,847.24</b>	<b>40,777.24</b>	<b>203,886.20</b>	<b>203,886.20</b>

**4.5 GASTOS DE ADMINISTRACIÓN**

CONCEPTO	Sueldo Mensual por Plaza (pesos)	Prestaciones Otorgadas Anual	Costo Total Anual
----------	----------------------------------	------------------------------	-------------------

**Gastos de Administracion**

Gerente General	\$12,000.00	\$ 2,400.00	\$ 146,400.00
-----------------	-------------	-------------	---------------

**TOTAL DE GASTOS DE ADMINISTRACION****\$ 146,400.00****4.6 GASTOS DE VENTA**

CONCEPTO	Sueldo Mensual por Plaza (pesos)	Prestaciones Otorgadas Anual	Costo Total Anual
----------	----------------------------------	------------------------------	-------------------

**Gastos de venta**

Responsable de tienda	\$9,500.00	\$1,900.00	\$ 115,900.00
-----------------------	------------	------------	---------------

Vendedora 1	\$6,000.00	\$1,200.00	\$73,200.00
-------------	------------	------------	-------------

Vendedora 2	\$6,000.00	\$1,200.00	\$73,200.00
-------------	------------	------------	-------------

<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$21,500.00</b>	<b>\$4,300.00</b>	<b>\$ 262,300.00</b>
-----------------	--------------------	-------------------	----------------------

**TOTAL DE GASTOS DE VENTA****\$ 262,300.00**

## 4.7 CAPITAL DE TRABAJO

## Moda S de RL de CV

CONCEPTO	CAPITAL DE TRABAJO					
	Periodo Preoperativo	Años				
	0	1	2	3	4	5
<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>	\$ 291,755.75	507,745.88	533,133.17	559,789.83	587,779.32	\$ 617,168.28
Efectivo	\$ 187,590.00	72,535.13	76,161.88	79,969.98	83,968.47	\$ 88,166.90
Cuentas por cobrar						
Inventarios	\$ 104,165.75	435,210.75	456,971.29	479,819.85	503,810.84	\$ 529,001.39
<b>PASIVO CIRCULANTE</b>	-	104,165.75				
Proveedores		104,165.75				
Impuestos por pagar			13,455.99	37,037.56	63,307.72	\$ 99,165.90
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	\$ 291,755.75	403,580.13	533,133.17	559,789.83	587,779.32	\$ 617,168.28
<b>INCREMENTO DE CAPITAL DE TRABAJO</b>	\$ 291,755.75	403,580.13	533,133.17	559,789.83	587,779.32	\$ 617,168.28
<b>TRABAJO</b>						
Saldo mínimo de capital de trabajo	\$ 291,755.75	403,580.13	533,133.17	559,789.83	587,779.32	\$ 617,168.28
<b>Inversión en capital de trabajo</b>						

NOTAS:

\* Se considero para el efectivo 2 meses de inventarios

## 4.8 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

**Moda S de RL de CV**  
**RESUMEN DE PRESTAMO**

CONCEPTO	0	1	2	3	4	5
<b>Intereses Devengados</b>						
Prestamo bancario		\$ 82,516.29	\$ 64,180.28	\$ 42,257.40	\$ 16,046.02	
<b>Total</b>		\$ 82,516.29	\$ 64,180.28	\$ 42,257.40	\$ 16,046.02	
<b>Pago a Capital</b>						
Prestamo bancario	\$ -	\$ 93,733.70	\$112,069.72	\$133,992.59	\$ 160,203.98	
<b>Total</b>		\$ 93,733.70	\$112,069.72	\$133,992.59	\$ 160,203.98	
<b>Pago a Intereses</b>						
Prestamo bancario		\$ 82,516.29	\$ 64,180.28	\$ 42,257.40	\$ 16,046.02	
<b>Total</b>		\$ 82,516.29	\$ 64,180.28	\$ 42,257.40	\$ 16,046.02	
<b>Capital por Pagar</b>						
Prestamo Bancario	\$500,000.00	\$406,266.30	\$294,196.57	\$160,203.98	\$ -	
<b>Total</b>	\$500,000.00	\$406,266.30	\$294,196.57	\$160,203.98	\$ -	\$ -
<b>Intereses por Pagar</b>						
Prestamo Bancario	\$ -	\$122,483.70	\$ 58,303.42	\$ 16,046.02	\$ -	\$ -
<b>Total</b>	\$ -	\$122,483.70	\$ 58,303.42	\$ 16,046.02	\$ -	\$ -
<b>Saldo Insoluto</b>						
Prestamo Bancario	\$500,000.00	\$406,266.30	\$294,196.57	\$160,203.98	\$ -	
<b>Total</b>	\$500,000.00	\$406,266.30	\$294,196.57	\$160,203.98	\$ -	

## 4.9 ESTADO DE RESULTADOS PRO FORMA

**Moda S de RL de CV**  
**ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS**

	Ano 1		Ano 2		Ano 3		Ano 4		Ano 5			
<u>Ventas (Unidades)</u>												
Ingresos por ventas	\$	1,199,666.00	100%	\$	1,259,649.30	100%	\$	1,322,631.77	100%	\$	1,458,201.52	100%
Costo de venta	\$	435,210.75	36%	\$	456,971.29	36%	\$	479,819.85	36%	\$	529,001.39	36%
Depreciaciones	\$	75,627.24	6%	\$	75,627.24	6%	\$	74,847.24	5%	\$	40,777.24	3%
Utilidad Marginal	\$	688,828.01	57%	\$	727,050.77	58%	\$	810,105.27	58%	\$	888,422.89	61%
<u>Gastos Generales</u>												
Gastos Generales	\$	218,760.00	18%	\$	218,760.00	17%	\$	218,760.00	16%	\$	218,760.00	15%
Gastos de venta	\$	408,700.00	34%	\$	408,700.00	32%	\$	408,700.00	29%	\$	408,700.00	28%
Utilidad de operacion	\$	61,368.01	5%	\$	99,590.77	8%	\$	139,724.67	11%	\$	260,962.89	18%
Gastos Financieros	\$	82,516.29		\$	64,180.28		\$	42,257.40		\$	-	
Utilidad Financiera	-\$	21,148.28	-2%	\$	35,410.50	3%	\$	97,467.27	7%	\$	166,599.25	12%
I.S.R. 28%	\$	-	0%	\$	9,914.94	1%	\$	27,290.84	2%	\$	46,647.79	3%
P.T.U. 10%	\$	-	0%	\$	3,541.05	0%	\$	9,746.73	1%	\$	16,659.93	1%
Utilidad Neta	-\$	21,148.28	-2%	\$	21,954.51	2%	\$	60,429.71	5%	\$	103,291.54	7%

## 4.10 PUNTO DE EQUILIBRIO

**Moda S de RL de CV****PUNTO DE EQUILIBRIO**

<b>AÑO 1</b>	<b>BLUSA 1</b>	<b>BLUSA 2</b>	<b>BLUSA 3</b>	<b>ARETES</b>	<b>CINTOS</b>	<b>COSMETICOS</b>	<b>TOTALES</b>
Precio de Venta (USD)	\$ 20.00	\$ 30.00	\$ 40.00	\$ 8.00	\$ 10.00	\$ 10.00	
Costo de Venta (USD)	\$ 7.75	\$ 10.75	\$ 12.75	\$ 3.25	\$ 3.50	\$ 4.75	
Costo Fijo (MXP)	\$ 252,818.33	\$ 252,818.33	\$ 252,818.33	\$ 252,818.33	\$ 252,818.33	\$ 252,818.33	
Tipo de Cambio	\$ 13.00	\$ 13.00	\$ 13.00	\$ 13.00	\$ 13.00	\$ 13.00	
Costo Fijo (USD)	\$ 19,447.56	\$ 19,447.56	\$ 19,447.56	\$ 19,447.56	\$ 19,447.56	\$ 19,447.56	
<b><u>Ventas Proyectadas</u></b>							
Unidades	1,095	817	715	694	584	588	
Presupuesto de Ventas (USD)	\$ 21,900.00	\$ 24,510.00	\$ 28,600.00	\$ 5,552.00	\$ 5,840.00	\$ 5,880.00	\$ 92,282.00
Participación	23.73%	26.56%	30.99%	6.02%	6.33%	6.37%	100.00%
Costo Fijo por Participación	\$ 4,615.22	\$ 5,165.25	\$ 6,027.18	\$ 1,170.03	\$ 1,230.73	\$ 1,239.15	
PE en Unidades	376.75	268.32	221.18	246.32	189.34	236.03	
PE en Efectivo	\$ 7,535.05	\$ 8,049.74	\$ 8,847.24	\$ 1,970.58	\$ 1,893.42	\$ 2,360.29	\$ 30,656.33

## 4.11 ESTADO DE ORIGEN Y APLICACIÓN DE RECURSOS

## Moda S de RL de CV

## Programa de Origenes y Aplicaciones del Periodo Preoperativo

CONCEPTO	TOTAL EN PESOS	MES		
		1	2	3
<b><u>Necesidades de Recursos</u></b>				
<u>Activos Fijos Tangibles</u>				
Renta Local	\$ 140,400.00	\$ 11,700.00	\$ 11,700.00	\$ 11,700.00
Edificios (Remodelacion)	\$ 198,155.00	\$ 198,155.00		
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 338,555.00</b>	<b>\$ 209,855.00</b>	<b>\$ 11,700.00</b>	<b>\$ 11,700.00</b>
Equipo Principal	\$ 141,545.00	\$ 70,772.50	\$ 70,772.50	
Equipo Auxiliar	\$ 10,920.00			\$ 10,920.00
Equipo de transporte	\$ 134,720.00			\$ 134,720.00
Imprevistos	\$ 45,422.40			
<b>TOTAL ACTIVOS TANGIBLES</b>	<b>\$ 671,162.40</b>	<b>\$ 280,627.50</b>	<b>\$ 82,472.50</b>	<b>\$ 157,340.00</b>
<u>Activos Fijos Intangibles</u>	\$ 26,550.00	\$ 2,212.50	\$ 2,212.50	\$ 2,212.50
<b>Capital de trabajo de periodo preoperativo</b>	<b>\$ 291,755.75</b>			
Sumas Necesidades De Recursos	<b>\$ 989,468.15</b>	<b>\$ 282,840.00</b>	<b>\$ 84,685.00</b>	<b>\$ 159,552.50</b>
<b><u>Origen de Recursos</u></b>				
Aportacion de Accionistas 50.53%	\$ 500,000.00	\$ 142,925.27	\$ 42,793.19	\$ 80,625.39
Credito Bancario 49.46%	\$ 489,468.15	\$ 139,914.73	\$ 41,891.81	\$ 78,927.11
Total de Origenes de Recursos	<b>\$ 989,468.15</b>	<b>\$ 282,840.00</b>	<b>\$ 84,685.00</b>	<b>\$ 159,552.50</b>

## 4.12 BALANCE GENERAL

<b>Moda S de RL de CV</b>						
<b>Balance General Proyectado</b>						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Activo Circulante</b>						
Efectivo	\$ 349,442.00	\$ 403,946.70	\$ 158,782.67	\$ 65,297.15	\$ 16,219.61	\$ 210,286.00
Inventario	\$ 104,165.75	\$ 435,210.75	\$ 456,971.29	\$ 479,819.85	\$ 503,810.84	\$ 529,001.39
<b>Total Activo Circulante</b>	<b>\$ 453,607.75</b>	<b>\$ 839,157.45</b>	<b>\$ 615,753.96</b>	<b>\$ 545,117.00</b>	<b>\$ 520,030.45</b>	<b>\$ 739,287.39</b>
<b>Activo No Circulante</b>						
Equipo Principal	\$ 317,704.75	\$ 317,704.75	\$ 317,704.75	\$ 317,704.75	\$ 317,704.75	\$ 317,704.75
<b>Depreciacion acumulada</b>		-\$ 48,614.50	-\$ 97,229.00	-\$ 145,843.50	-\$ 194,458.00	-\$ 243,072.50
<b>Intangibles</b>	\$ 30,532.50	\$ 30,532.50	\$ 30,532.50	\$ 30,532.50	\$ 30,532.50	\$ 30,532.50
<b>edificio</b>	\$ 198,155.00					
<b>Amortizacion Acumulada</b>		-\$ 27,012.74	\$ -	\$ 27,012.74	\$ 54,025.48	\$ 81,038.22
<b>Total de Activo No Circulante</b>	<b>\$ 546,392.25</b>	<b>\$ 272,610.01</b>	<b>\$ 251,008.25</b>	<b>\$ 229,406.49</b>	<b>\$ 207,804.73</b>	<b>\$ 186,202.97</b>
<b>Suma Total Activo</b>	<b>\$ 1,000,000.00</b>	<b>\$1,111,767.46</b>	<b>\$ 866,762.21</b>	<b>\$ 774,523.49</b>	<b>\$ 727,835.18</b>	<b>\$ 925,490.36</b>
<b>Pasivo Circulante</b>						
Credito bancario	\$ 500,000.00	\$ 406,266.30	\$ 294,196.57	\$ 160,203.98	\$ -	\$ -
Proveedores		\$ 104,165.75				
Impuestos por Pagar			\$ 13,455.99	\$ 37,037.56	\$ 63,307.72	\$ 99,165.90
Intereses por pagar		\$ 122,483.70	\$ 58,303.42	\$ 16,046.02	\$ -	
<b>Total de Pasivo</b>	<b>\$ 500,000.00</b>	<b>\$ 632,915.74</b>	<b>\$ 365,955.98</b>	<b>\$ 213,287.56</b>	<b>\$ 63,307.72</b>	<b>\$ 99,165.90</b>
Capital	\$ 500,000.00	\$ 500,000.00	\$ 500,000.00	\$ 500,000.00	\$ 500,000.00	\$ 500,000.00
Utilidad del ejercicio		-\$ 21,148.28	\$ 21,954.51	\$ 60,429.71	\$ 103,291.54	\$ 161,796.99
Utilidad de ejercicios ant.			-\$ 21,148.28	\$ 806.22	\$ 61,235.93	\$ 164,527.47
<b>Total Capital</b>	<b>\$ 500,000.00</b>	<b>\$ 478,851.72</b>	<b>\$ 500,806.22</b>	<b>\$ 561,235.93</b>	<b>\$ 664,527.47</b>	<b>\$ 826,324.46</b>
<b>Total Pasivo + Capital</b>	<b>\$ 1,000,000.00</b>	<b>\$1,111,767.46</b>	<b>\$ 866,762.21</b>	<b>\$ 774,523.49</b>	<b>\$ 727,835.18</b>	<b>\$ 925,490.36</b>

**4.13 COSTO DE CAPITAL Y TASA MINIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO****COSTO CAPITAL PONDERADO**

	<b>IMPORTE</b>	<b>%</b>	<b>ANTES IMP.</b>	<b>DESP. IMPUESTOS</b>	<b>C.C.P.P</b>
<b>FINANCIAMIENTO</b>	\$ 450,808.00	47%	21.97%	15.82%	8.48%
<b>ACCIONISTAS</b>	\$ 500,000.00	53%	25%	25.82%	11.60%
	\$ 950,808.00	100%			20.08%

**4.14 RESÚMENES Y CONCLUSIÓN**

**Proyecto** "Básico Blusas"

**Periodo de evaluación:** 5 años

**Inversión inicial**

Inversión fija	\$ 546,392.25
Gastos preoperativos	\$ 45,422.40
Capital de trabajo	\$ <u>291,755.75</u>
<b>Total</b>	<b>\$ 883,570.40</b>

Con base en los indicadores financieros y económicos antes planteados, se determina que el proyecto no muestra niveles de rentabilidad muy superiores a los esperados por los inversionistas y por lo tanto al costo de capital promedio ponderado deflactado en el escenario proyectado por lo que se determina que el proyecto no es rentable.

# Evaluación Económica

**Basico Blusas**  
MODA S DE RL DE CV

**EVALUACIÓN ECONÓMICA****5.1 MÉTODOS DE EVALUACIÓN****5.1.1 Recuperación de la inversión****Moda S de RL de CV****Periodo de recuperacion de la Inversion**

año		acumulado
1	\$ 99,871.56	\$ 99,871.56
2	\$123,569.67	\$223,441.23
3	\$148,452.69	\$371,893.92
4	\$173,799.86	\$545,693.78
5	\$200,843.38	\$746,537.16

**Inversion Inicial** \$838,148.00

no se recupera la inversion en el periodo  
TRI= determinado.

**5.1.2 Razones financieras****Moda S de RL de CV****Razones Financieras**

	1	2	3	4	5
<b>Razones de Liquidez</b>					
Razon Circulante	0.91	1.33	1.68	9.20	6.22
Prueba del acido	0.04	\$0.61	0.37	0.19	2.12
<b>Razones de Endeudamiento</b>					
Pasivo total/Activo total	59.37%	35.95%	22.46%	0.08	0.15
Capital contable/Activo total	51.10%	53.86%	56.86%	81.70%	73.27%
<b>Razones de Rentabilidad</b>					
Margen de utilidad bruta	63.72%	63.72%	63.72%	63.72%	63.72%
Margen de utilidad operativa	57.42%	57.72%	58.00%	58.33%	60.93%
Margen de utilidad neta	-1.09%	2.05%	4.76%	7.51%	11.10%
Rotacion del ativo total	143.13%	1.36	1.50	1.67	2.14
Rendimiento de la inversion	-1.55%	2.79%	7.17%	12.53%	23.71%

## 5.1.3 Valor presente neto

AÑOS	FLUJOS DE OPERACIÓN	VALOR PRESENTE
1	\$ 99,871.56	\$ 83,170.85
2	\$ 123,569.67	\$ 85,697.97
3	\$ 148,452.69	\$ 85,738.53
4	\$ 173,799.86	\$ 83,592.38
5	\$ 200,843.38	\$ 80,445.94
	<b>FLUJO DESCONTADO</b>	<b>\$ 418,645.67</b>
	<b>INVERSION INICIAL</b>	<b>\$ 838,148.00</b>
	<b>VALOR PRESENTE NETO</b>	<b>-\$ 419,502.33</b>

## 5.1.4 Tasa interna de rendimiento

AÑOS	- \$	838,148.00	TIR
			<b>-3.38%</b>
1	\$	99,871.56	\$ 103,361.25
2	\$	123,569.67	\$ 132,356.03
3	\$	148,452.69	\$ 164,564.38
4	\$	173,799.86	\$ 199,394.47
5	\$	200,843.38	\$ 238,471.86
	<b>FLUJO DESCONTADO</b>	<b>\$ 838,148.00</b>	

## 5.1.5 Valor económico agregado

## Moda S de RL de CV

### Valor economico Agregado

<b>EVA</b>	RN-(CPPC*CAPITAL)	
<b>EVA</b>	\$25,869.38	

**5.2 SENSIBILIDADES****5.2.1 Alternativas de simulación****SENSIBILIDAD POSITIVA****Moda S de RL de CV****Análisis de Sensibilidad Optimista**

Presupuesto de ventas (Unidades)  
en Unidades

Concepto	1												TOTAL
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	
Blusa 1	75	115	109	69	138	81	81	81	81	86	115	230	<b>1,259.25</b>
Blusa 2	58	98	77	52	98	69	69	69	69	75	86	121	<b>939.55</b>
Blusa 3	52	71	63	46	75	63	63	63	63	69	81	113	<b>822.25</b>
Aretes	52	86	63	31	92	46	46	46	46	52	77	161	<b>798.10</b>
Cintos	40	62	55	37	58	51	51	51	51	58	68	102	<b>681.60</b>
Cosméticos	35	75	63	32	52	46	46	46	46	52	58	127	<b>676.20</b>
<b>Suma</b>	<b>310.50</b>	<b>507.15</b>	<b>431.25</b>	<b>266.80</b>	<b>511.75</b>	<b>355.35</b>	<b>355.35</b>	<b>355.35</b>	<b>355.35</b>	<b>391.00</b>	<b>484.15</b>	<b>852.95</b>	<b>5,176.95</b>

<b>Moda S de RL de CV</b>					
<b>Análisis de Sensibilidad Optimista</b>					
<b>Presupuesto de ventas (Unidades)</b>					
<b>Concepto</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Blusa 1	1,259	1,322	1,388	1,458	1,531
Blusa 2	940	987	1,036	1,088	1,142
Blusa 3	822	863	907	952	999
Aretes	798	838	880	924	970
Cintos	682	716	751	789	828
Cosméticos	676	710	746	783	822
<b>Suma</b>	<b>\$ 5,176.95</b>	<b>\$ 5,435.80</b>	<b>\$ 5,707.59</b>	<b>\$ 5,992.97</b>	<b>\$ 6,292.62</b>
<b>Presupuesto de costo de ventas por línea</b>					
<i>en Pesos MN</i>					
<b>Años</b>					
<b>Concepto</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Blusa 1	126,869.44	133,212.91	139,873.55	146,867.23	154,210.59
Blusa 2	131,302.11	137,867.22	144,760.58	151,998.61	159,598.54
Blusa 3	136,287.94	143,102.33	150,257.45	157,770.32	165,658.84
Aretes	33,719.73	35,405.71	37,176.00	39,034.80	40,986.54
Cintos	31,012.80	32,563.44	34,191.61	35,901.19	37,696.25
Cosméticos	41,755.35	43,843.12	46,035.27	48,337.04	50,753.89
<b>Suma</b>	<b>\$ 500,947.36</b>	<b>\$ 525,994.73</b>	<b>\$ 552,294.47</b>	<b>\$ 579,909.19</b>	<b>\$ 608,904.65</b>
<b>Presupuesto de Ventas por Línea</b>					
<b>Años</b>					
<b>Concepto</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Blusa 1	327,405.00	343,775.25	360,964.01	379,012.21	397,962.82
Blusa 2	366,424.50	384,745.73	403,983.01	424,182.16	445,391.27
Blusa 3	427,570.00	448,948.50	471,395.93	494,965.72	519,714.01
Aretes	83,002.40	87,152.52	91,510.15	96,085.65	100,889.94
Cintos	88,608.00	93,038.40	97,690.32	102,574.84	107,703.58
Cosméticos	87,906.00	92,301.30	96,916.37	101,762.18	106,850.29
<b>Suma</b>	<b>\$ 1,380,915.90</b>	<b>\$ 1,449,961.70</b>	<b>\$ 1,522,459.78</b>	<b>\$ 1,598,582.77</b>	<b>\$ 1,678,511.91</b>

**ANALISIS DE SENSIBILIDAD OPTIMISTA**

**Moda S de RL de CV**  
**Estado de Resultados PROFORMA**

	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
<u>Ventas (Unidades)</u>										
Ingresos por ventas	\$ 1,380,915.90	100%	\$ 1,449,961.70	100%	\$ 1,522,459.78	100%	\$ 1,598,582.77	100%	\$ 1,678,511.91	100%
Costo de venta	\$ 500,947.36	36%	\$ 525,994.73	36%	\$ 552,294.47	36%	\$ 579,909.19	36%	\$ 608,904.65	36%
Depreciaciones	\$ 75,627.24	5%	\$ 75,627.24	5%	\$ 75,627.24	5%	\$ 74,847.24	5%	\$ 40,777.24	2%
Utilidad Marginal	\$ 804,341.30	58%	\$ 848,339.72	59%	\$ 894,538.07	59%	\$ 943,826.34	59%	\$ 1,028,830.02	61%
<u>Gastos Generales</u>										
Gastos Generales	\$ 218,760.00	16%	\$ 218,760.00	15%	\$ 218,760.00	14%	\$ 218,760.00	14%	\$ 218,760.00	13%
Gastos de venta	\$ 408,700.00	30%	\$ 408,700.00	28%	\$ 408,700.00	27%	\$ 408,700.00	26%	\$ 408,700.00	24%
Utilidad de operacion	\$ 176,881.30	13%	\$ 220,879.72	15%	\$ 267,078.07	18%	\$ 316,366.34	20%	\$ 401,370.02	24%
Gastos Financieros	\$ 82,516.29		\$ 64,180.28		\$ 42,257.40		\$ 16,046.02		\$ -	
Utilidad Financiera	\$ 94,365.00	7%	\$ 156,699.45	11%	\$ 224,820.67	15%	\$ 300,320.32	19%	\$ 401,370.02	24%
I.S.R. 28%	\$ 26,422.20	2%	\$ 43,875.85	3%	\$ 62,949.79	4%	\$ 84,089.69	5%	\$ 112,383.60	7%
P.T.U. 10%	\$ 9,436.50	1%	\$ 15,669.94	1%	\$ 22,482.07	1%	\$ 30,032.03	2%	\$ 40,137.00	2%
Utilidad Neta	\$ 58,506.30	4%	\$ 97,153.66	7%	\$ 139,388.81	9%	\$ 186,198.60	12%	\$ 248,849.41	15%

## ANALISIS DE SENSIBILIDAD OPTIMISTA

**Moda S de RL de CV**  
Balance General Proyectado

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Activo Circulante</b>						
Efectivo	\$ 349,442.00	\$ 403,946.70	\$ 158,782.67	\$ 65,297.15	\$ 16,219.61	\$ 210,286.00
Inventario	\$ 104,165.75	\$ 435,210.75	\$ 456,971.29	\$ 479,819.85	\$ 503,810.84	\$ 529,001.39
<b>Total Activo Circulante</b>	<b>\$ 453,607.75</b>	<b>\$ 839,157.45</b>	<b>\$ 615,753.96</b>	<b>\$ 545,117.00</b>	<b>\$ 520,030.45</b>	<b>\$ 739,287.39</b>
<b>Activo No Circulante</b>						
Equipo Principal	\$ 317,704.75	\$ 317,704.75	\$ 317,704.75	\$ 317,704.75	\$ 317,704.75	\$ 317,704.75
Depreciacion acumulada		-\$ 48,614.50	-\$ 97,229.00	-\$ 145,843.50	-\$ 194,458.00	-\$ 243,072.50
Intangibles	\$ 30,532.50	\$ 30,532.50	\$ 30,532.50	\$ 30,532.50	\$ 30,532.50	\$ 30,532.50
edificio	\$ 198,155.00					
Amortizacion Acumulada		-\$ 27,012.74	\$ -	\$ 27,012.74	\$ 54,025.48	\$ 81,038.22
<b>Total de Activo No Circulante</b>	<b>\$ 546,392.25</b>	<b>\$ 272,610.01</b>	<b>\$ 251,008.25</b>	<b>\$ 229,406.49</b>	<b>\$ 207,804.73</b>	<b>\$ 186,202.97</b>
<b>Suma Activo Total</b>	<b>\$1,000,000.00</b>	<b>\$1,111,767.46</b>	<b>\$ 866,762.21</b>	<b>\$ 774,523.49</b>	<b>\$ 727,835.18</b>	<b>\$ 925,490.36</b>
<b>Pasivo Circulante</b>						
Credito bancario	\$ 500,000.00	\$ 406,266.30	\$ 294,196.57	\$ 160,203.98	\$ -	\$ -
Proveedores		\$ 104,165.75				
Impuestos por Pagar		\$ 35,858.70	\$ 59,545.79	\$ 85,431.85	\$ 114,121.72	\$ 152,520.61
Intereses por pagar		\$ 122,483.70	\$ 58,303.42	\$ 16,046.02	\$ -	
<b>Total de Pasivo</b>	<b>\$ 500,000.00</b>	<b>\$ 668,774.44</b>	<b>\$ 412,045.79</b>	<b>\$ 261,681.85</b>	<b>\$ 114,121.72</b>	<b>\$ 152,520.61</b>
<b>Capital</b>						
Capital	\$ 500,000.00	\$ 500,000.00	\$ 500,000.00	\$ 500,000.00	\$ 500,000.00	\$ 500,000.00
Utilidad del ejercicio		\$ 58,506.30	\$ 97,153.66	\$ 139,388.81	\$ 186,198.60	\$ 248,849.41
Utilidad de ejercicios ant.			\$ 58,506.30	\$ 155,659.96	\$ 295,048.77	\$ 481,247.37
<b>Total Capital</b>	<b>\$ 500,000.00</b>	<b>\$ 558,506.30</b>	<b>\$ 655,659.96</b>	<b>\$ 795,048.77</b>	<b>\$ 981,247.37</b>	<b>\$1,230,096.78</b>
<b>Total Pasivo + Capital</b>	<b>\$1,000,000.00</b>	<b>\$1,227,280.75</b>	<b>\$1,067,705.75</b>	<b>\$1,056,730.63</b>	<b>\$1,095,369.10</b>	<b>\$1,382,617.39</b>

**SENSIBILIDAD NEGATIVA**

**Moda S de RL de CV**  
**Análisis de Sensibilidad Pesimista**

Presupuesto de ventas (Unidades)  
 en Unidades

Concepto	1												TOTAL
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	
Blusa 1	55	85	81	51	102	60	60	60	60	64	85	170	<b>930.75</b>
Blusa 2	43	72	57	38	72	51	51	51	51	55	64	89	<b>694.45</b>
Blusa 3	38	53	47	34	55	47	47	47	47	51	60	83	<b>607.75</b>
Aretes	38	64	47	23	68	34	34	34	34	38	57	119	<b>589.90</b>
Cintos	30	46	41	27	43	37	37	37	37	43	50	78	<b>506.40</b>
Cosméticos	26	55	47	24	38	34	34	34	34	38	43	94	<b>499.80</b>
<b>Suma</b>	<b>229.50</b>	<b>374.85</b>	<b>318.75</b>	<b>197.20</b>	<b>378.25</b>	<b>262.65</b>	<b>262.65</b>	<b>262.65</b>	<b>262.65</b>	<b>289.00</b>	<b>357.85</b>	<b>633.05</b>	<b>3,829.05</b>

## Moda S de RL de CV

### Analisis de Sensibilidad Pesimista

#### Presupuesto de ventas (Unidades)

Concepto	Años				
	1	2	3	4	5
Blusa 1	1,259	1,322	1,388	1,458	1,531
Blusa 2	940	987	1,036	1,088	1,142
Blusa 3	822	863	907	952	999
Aretes	798	838	880	924	970
Cintos	682	716	751	789	828
Cosméticos	676	710	746	783	822
<b>Suma</b>	<b>\$ 5,176.95</b>	<b>\$ 5,435.80</b>	<b>\$ 5,707.59</b>	<b>\$ 5,992.97</b>	<b>\$ 6,292.62</b>

#### Presupuesto de costo de ventas por linea

en Pesos MN

Concepto	Años				
	1	2	3	4	5
Blusa 1	93,773.06	98,461.72	103,384.80	108,554.04	113,981.74
Blusa 2	97,049.39	101,901.86	106,996.95	112,346.80	117,964.14
Blusa 3	100,734.56	105,771.29	111,059.86	116,612.85	122,443.49
Aretes	24,923.28	26,169.44	27,477.91	28,851.81	30,294.40
Cintos	23,041.20	24,193.26	25,402.92	26,673.07	28,006.72
Cosméticos	30,862.65	32,405.78	34,026.07	35,727.38	37,513.74
<b>Suma</b>	<b>\$ 370,384.14</b>	<b>\$ 388,903.34</b>	<b>\$ 408,348.51</b>	<b>\$ 428,765.94</b>	<b>\$ 450,204.23</b>

#### Presupuesto de Ventas por Linea

Concepto	1	2	3	4	5
Blusa 1	241,995.00	254,094.75	266,799.49	280,139.46	294,146.43
Blusa 2	270,835.50	284,377.28	298,596.14	313,525.95	329,202.24
Blusa 3	316,030.00	331,831.50	348,423.08	365,844.23	384,136.44
Aretes	61,349.60	64,417.08	67,637.93	71,019.83	74,570.82
Cintos	65,832.00	69,123.60	72,579.78	76,208.77	80,019.21
Cosméticos	64,974.00	68,222.70	71,633.84	75,215.53	78,976.30
<b>Suma</b>	<b>\$ 1,021,016.10</b>	<b>\$ 1,072,066.91</b>	<b>\$ 1,125,670.25</b>	<b>\$ 1,181,953.76</b>	<b>\$ 1,241,051.45</b>

**ANALISIS DE SENSIBILIDAD PESIMISTA**

**Moda S de RL de CV**  
**Estado de Resultados PROFORMA**

	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
<u>Ventas (Unidades)</u>										
Ingresos por ventas	\$ 1,021,016.10	100%	\$ 1,072,066.91	100%	\$ 1,125,670.25	100%	\$ 1,181,953.76	100%	\$ 1,241,051.45	100%
Costo de venta	\$ 370,384.14	36%	\$ 388,903.34	36%	\$ 408,348.51	36%	\$ 428,765.94	36%	\$ 450,204.23	36%
Depreciaciones	\$ 75,627.24	7%	\$ 75,627.24	7%	\$ 75,627.24	7%	\$ 74,847.24	6%	\$ 40,777.24	3%
Utilidad Marginal	\$ 575,004.72	56%	\$ 607,536.32	57%	\$ 641,694.50	57%	\$ 678,340.59	57%	\$ 750,069.98	60%
<u>Gastos Generales</u>										
Gastos Generales	\$ 218,760.00	21%	\$ 218,760.00	20%	\$ 218,760.00	19%	\$ 218,760.00	19%	\$ 218,760.00	18%
Gastos de venta	\$ 408,700.00	40%	\$ 408,700.00	38%	\$ 408,700.00	36%	\$ 408,700.00	35%	\$ 408,700.00	33%
Utilidad de operacion	-\$ 52,455.28	-5%	-\$ 19,923.68	-2%	\$ 14,234.50	1%	\$ 50,880.59	4%	\$ 122,609.98	10%
Gastos Financieros	\$ 82,516.29		\$ 64,180.28		\$ 42,257.40		\$ 16,046.02		\$ -	
Utilidad Financiera	-\$ 134,971.57	-13%	-\$ 84,103.96	-8%	-\$ 28,022.90	-2%	\$ 34,834.57	3%	\$ 122,609.98	10%
I.S.R. 28%	\$ -	0%	\$ -	0%	\$ -	0%	\$ 9,753.68	1%	\$ 34,330.79	3%
P.T.U. 10%	\$ -	0%	\$ -	0%	\$ -	0%	\$ 3,483.46	0%	\$ 12,261.00	1%
Utilidad o Perdida Neta	-\$ 134,971.57	-13%	-\$ 84,103.96	-8%	-\$ 28,022.90	-2%	\$ 21,597.43	2%	\$ 76,018.19	6%

## ANALISIS DE SENSIBILIDAD PESIMISTA

**Moda S de RL de CV**  
Balance General Proyectado

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Activo Circulante</b>						
Efectivo	\$ 349,442.00	\$ 290,123.41	\$ 158,782.67	\$ 65,297.15	\$ 16,219.61	\$ 210,286.00
Inventario	\$ 104,165.75	\$ 435,210.75	\$ 456,971.29	\$ 479,819.85	\$ 503,810.84	\$ 529,001.39
<b>Total Activo Circulante</b>	<b>\$ 453,607.75</b>	<b>\$ 725,334.16</b>	<b>\$ 615,753.96</b>	<b>\$ 545,117.00</b>	<b>\$ 520,030.45</b>	<b>\$ 739,287.39</b>
<b>Activo No Circulante</b>						
Equipo Principal	\$ 317,704.75	\$ 317,704.75	\$ 317,704.75	\$ 317,704.75	\$ 317,704.75	\$ 317,704.75
<b>Depreciacion acumulada</b>		-\$ 48,614.50	-\$ 97,229.00	-\$ 145,843.50	-\$ 194,458.00	-\$ 243,072.50
<b>Intangibles</b>	\$ 30,532.50	\$ 30,532.50	\$ 30,532.50	\$ 30,532.50	\$ 30,532.50	\$ 30,532.50
<b>edificio</b>	\$ 198,155.00					
<b>Amortizacion Acumulada</b>		-\$ 27,012.74	\$ -	\$ 27,012.74	\$ 54,025.48	\$ 81,038.22
<b>Total de Activo No Circulante</b>	<b>\$ 546,392.25</b>	<b>\$ 272,610.01</b>	<b>\$ 251,008.25</b>	<b>\$ 229,406.49</b>	<b>\$ 207,804.73</b>	<b>\$ 186,202.97</b>
<b>Suma Activo Total</b>	<b>\$1,000,000.00</b>	<b>\$ 997,944.17</b>	<b>\$ 866,762.21</b>	<b>\$ 774,523.49</b>	<b>\$ 727,835.18</b>	<b>\$ 925,490.36</b>
<b>Pasivo Circulante</b>						
Credito bancario	\$ 500,000.00	\$ 406,266.30	\$ 294,196.57	\$ 160,203.98	\$ -	\$ -
Proveedores		\$ 104,165.75				
Impuestos por Pagar		\$ -	\$ -	\$ -	\$ 13,237.14	\$ 46,591.79
Intereses por pagar		\$ 122,483.70	\$ 58,303.42	\$ 16,046.02	\$ -	
<b>Total de Pasivo</b>	<b>\$ 500,000.00</b>	<b>\$ 632,915.74</b>	<b>\$ 352,500.00</b>	<b>\$ 176,250.00</b>	<b>\$ 13,237.14</b>	<b>\$ 46,591.79</b>
<b>Capital</b>						
Capital	\$ 500,000.00	\$ 500,000.00	\$ 500,000.00	\$ 500,000.00	\$ 500,000.00	\$ 500,000.00
Utilidad o Perdida del ejercicio		-\$ 134,971.57	-\$ 84,103.96	-\$ 28,022.90	\$ 21,597.43	\$ 76,018.19
Utilidad de ejercicios ant.			-\$ 134,971.57	-\$ 219,075.53	-\$ 247,098.43	-\$ 225,501.00
<b>Total Capital</b>	<b>\$ 500,000.00</b>	<b>\$ 365,028.43</b>	<b>\$ 280,924.47</b>	<b>\$ 252,901.57</b>	<b>\$ 274,499.00</b>	<b>\$ 350,517.19</b>
<b>Total Pasivo + Capital</b>	<b>\$1,000,000.00</b>	<b>\$ 997,944.17</b>	<b>\$ 633,424.47</b>	<b>\$ 429,151.57</b>	<b>\$ 287,736.14</b>	<b>\$ 397,108.98</b>

# Conclusiones

## Basico Blusas

MODA S DE RL DE CV

## CONCLUSIONES

### CONCLUSIÓN DEL PROYECTO

En la evaluación del proyecto de la tienda de ropa se determinaron diferencias existentes entre la oferta y la demanda del proyecto desarrollado en el estado de Baja California, dando como resultado la existencia de una demanda insatisfecha del artículo, el cual se debe principalmente a la falta de calidad de los artículos que se venden en la localidad de igual manera a la falta de variedad de estos. Buscando hacer la diferencia con el mercado competencia, siendo esta el otorgamiento de un servicio adicional a la adquisición de los diferentes artículos, es decir a la envoltura del artículo.

Habiendo analizado los aspectos del estudio de mercado y operativo y se realizó el estudio financiero donde se determinó que la empresa arroja flujos de efectivo positivos, utilidades netas con crecimientos de aproximadamente de 8.5% por año y manteniéndose aumentos constantes en promedio.

El estudio económico no nos muestra niveles de rentabilidad atractivos para los socios, ya que concluyen por debajo del costo de capital promedio ponderado deflactado, dando como resultado en rendimiento neto menor, lo que nos determina que el proyecto no es rentable.

En base a los análisis del estudio de mercado, operativo, financiero y evaluación económica concluimos que el proyecto de la tienda de ropa es factible y viable, pero no rentable.