

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

Análisis financiero de una franquicia Nacional Montevideo

S.A de C.V.

Autor: Ignacio Tapia Paniagua

**Tesis presentada para obtener el título de:
Lic. Administración de Empresas [sic]**

**Nombre del asesor:
Alberto Herrejón Abud**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar, organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación "Dr. Silvio Zavala" que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo "Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada", se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





UNIVERSIDAD VASCO DE QUIROGA, A. C.

ESCUELA DE CONTABILIDAD Y ADMINISTRACION

**“Análisis Financiero de una
Franquicia Nacional Multivideo,
S. A. de C. V.**

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE

Licenciado en Administración de Empresas

P R E S E N T A

IGNACIO TAPIA PANIAGUA

Asesor de Tesis: ING. ALBERTO HERREJON ABUD

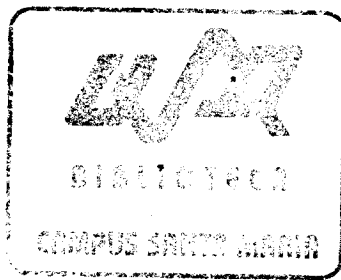
94
ZAVALA



T749

MORELIA, MICHOACAN

• DICIEMBRE DE 1994



A MIS PADRES CON PROFUNDO AMOR Y RESPETO
POR HABERME BRINDADO SIEMPRE SU APOYO

A MIS HERMANOS MARIO, MEMO, JANO, MAGO Y TESSY
POR QUE TENGO UNA PARTE DE CADA UNO DE USTEDES

A MI ESCUELA

A MIS MAESTROS

A MIS COMPAÑEROS Y AMIGOS

ANALISIS FINANCIERO DE UNA FRANQUICIA NACIONAL

MULTIVIDEO S.A. DE C.V.

I N D I C E

	Página
INDICE	1
INTRODUCCION	5
CAPITULO PRIMERO:FRANQUICIAS Y SU DESARROLLO HISTORICO	7
1.1 DESARROLLO HISTORICO	7
1.2 SISTEMA DE FRANQUICIA	8
1.2.1 DEFINICION DE FRANQUICIA	8
1.2.2 FRANQUICIANTE	8
1.2.3 FRANQICIATARIO	8
1.2.4 CONSTITUCION LEGAL	9
1.2.5 VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL SISTEMA DE FRANQUICIAS	10
1.3 ASOCIACION MEXICANA DE FRANQUICIAS	15
1.3.1 SERVICIOS QUE PROPORCIONA LA "A M F" PARA CUMPLIR CON SUS OBJETIVOS	16
1.4 CENTRO INTERNACIONAL DE FRANQUICIAS	18
1.4.1 SERVICIOS QUE PROPORCIONA EL "C I F" EN SUS CUATRO DIVISIONES	18
CAPITULO SEGUNDO: MULTIVIDEO FRANQUICIA NACIONAL	20
2.1 ANTECEDENTES DE MULTIVIDEO	20

2.2	CREACION Y DESARROLLO	20
2.2.1	PRINCIPIOS DE MULTIVIDEO	20
2.2.2	OBJETIVO	22
2.2.3	DESARROLLO	22
2.3	ESTUDIO DEL CANDIDATO A SER FRANQUICIATARIO	24
CAPITULO TERCERO: ESTUDIO DEL MERCADO		25
3.1	ESTUDIO DE OFERTA	25
3.2	ESTUDIO DE DEMANDA	28
CAPITULO CUARTO: ESTUDIO TECNICO		41
4.1	LOCALIZACION	41
4.2	TAMAÑO	42
4.3	ORGANIZACION	43
4.3.1	MANUAL DE DESCRIPCION DE PUESTOS	44
4.3.1.1	DESCRIPCION DE PUESTO DE GERENTE	44
4.3.1.2	DESCRIPCION DE PUESTO DE SUBGERENTE ADMINISTRATIVO	49
4.3.1.3	DESCRIPCION DE PUESTO DE SUBGERENTE DE SISTEMAS	53
4.3.1.4	DESCRIPCION DE PUESTO DE EMPLEADO DE CAJA	57
4.3.1.5	DESCRIPCION DE PUESTO DE EMPLEADO DE PISO	59
4.3.1.6	DESCRIPCION DE PEUSTO DE	

EMPLEADO DE ASEO	61
4.3.1.7 DESCRIPCION DE PUESTO DE EMPLEADO DE VIGILANCIA	62
4.4 REQUERIMIENTOS	63
CAPITULO QUINTO: ANALISIS FINANCIERO PARA EL INVERSIONISTA	64
5.1 ANALISIS DE INVERSIONES	64
5.1.1 INVERSION FIJA	64
5.1.2 INVERSION DIFERIDA	64
5.1.3 CAPITAL DE TRABAJO	65
5.2 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS	69
5.2.1 PAGOS PROVISIONALES DE I.S.R.	72
5.2.3 DEPRECIACIONES	76
5.3 FLUJO NETO DE EFECTIVO	77
5.3.1 FLUJO NETO DE EFECTIVO AÑO 1	79
5.3.2 FLUJO NETO DE EFECTIVO AÑO 2	80
5.3.3 FLUJO NETO DE EFECTIVO AÑO 3	81
5.3.4 FLUJO NETO DE EFECTIVO AÑO 4	82
5.3.5 FLUJO NETO DE EFECTIVO AÑO 5	83
5.4 T.I.R.	85
5.5 P.R.I.	86
5.6 ANALISIS DE SENSIBILIDAD	87
5.7 PUNTO DE EQUILIBRIO	100

CAPITULO SEXTO: ANALISIS FINANCIERO PARA EL FRANQUICIANTE	101
CAPITULO SEPTIMO: REPERCUSION SOCIAL	102
7.1 REPERCUSION SOCIAL DE LA INSTALACION DE UNA FRANQUICIA EN LA COMUNIDAD	102
CAPITULO OCTAVO: CONCLUSIONES	104
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	105
BIBLIOGRAFIA	106
ANEXO 1	107
ANEXO 2	108

INTRODUCCION

El presente trabajo tiene por objeto dar a conocer los aspectos generales del Sistema de Franquicias, y presentar un análisis financiero sobre Multivideo S.A. de C.V., franquicia nacional.

En el capítulo primero se expondrá en forma breve, a manera de introducción, la definición de franquicias, sus elementos, desarrollo histórico en nuestro país, constitución legal, ventajas y desventajas, etc.

El capítulo segundo, nos da un marco general de Multivideo, mencionando sus principios, objetivo, desarrollo; con el fin de adentrarnos mas al motivo principal de este trabajo.

El capítulo tercero se refiere al estudio de mercado, considerando tanto la oferta como la demanda. Para el estudio de oferta se consideraron los videoclubes ya establecidos analizando características tales como: ubicación, material que manejan, número de clientes, precio y sistemas de operación. Para la realización del estudio de demanda, se aplicaron encuestas en diversas zonas cercanas al lugar donde se planea ubicar el Multivideo, misma que se detalla en el desarrollo de este capítulo.

El estudio técnico, se desarrolla en el capítulo cuarto, tomando en consideración la ubicación del ya mencionado Multivideo, mediante el plano de localización, el tamaño del

mismo, en cuanto a número de películas se refiere; así mismo se hace mención del organigrama y manual de descripción de puestos, en este mismo capítulo se consideran los requerimientos financieros necesarios para la apertura del Multivideo.

En el capítulo quinto se realizó un análisis financiero para el inversionista, desde el análisis de requerimientos físicos y monetarios, realizándose los siguientes cálculos: período de recuperación interna, tasa interna de retorno, valor presente neto, pagos provisionales, presupuesto de ingresos y egresos, flujo de efectivo, con el fin de presentar un análisis apegado a la realidad financiera actual de nuestro país.

El capítulo sexto, muestra un análisis financiero para el franquiciante que básicamente menciona que este recibe un 10% de regalías sobre los ingresos brutos.

Considerando la importancia que en la actualidad tienen los aspectos sociales para casi todas las actividades que se realizan, el capítulo séptimo hace una breve mención de la repercusión social que traerá la instalación del Multivideo.

Finalmente, las conclusiones de este trabajo son consideradas en el capítulo octavo.

CAPITULO I

FRANQUICIAS Y SU DESARROLLO HISTORICO

CAPITULO PRIMERO: FRANQUICIAS Y SU DESARROLLO HISTORICO

1.1 DESARROLLO HISTORICO

El fenómeno de las franquicias ha tenido un gran desarrollo, no solo en países como los Estados Unidos, Canadá, Japón e Inglaterra, sino también en países en crecimiento tales como Brasil, en donde un porcentaje importante de la comercialización de productos y servicios ya se hace a través de este medio.

El proceso de oferta de franquicias en México empieza hace apenas tres años y medio, cuando las expectativas de crecimiento eran pocas por la inestabilidad económica en la que se encontraba en ese momento nuestro país; sin embargo las metas alcanzadas fueron muy superiores a estas expectativas ya que la aparición de nuevas franquicias durante 1991, así como el crecimiento de las que ya se encontraban en nuestro país, marcaron sin duda el camino más importante por el que se está orientando la actividad empresarial. Esto se refleja claramente al notable crecimiento de franquicias nacionales. Donde a principios de este año la proporción era de 70 % extranjeras y 30 % nacionales; a principios de 1993 se estima una relación de 50 % extranjeras y 50 % nacionales lo que demuestra que las empresas mexicanas están mejorando día con día y compiten de igual a igual con cualquier empresa extranjera.

1.2 SISTEMA DE FRANQUICIA

1.2.1 DEFINICION DE FRANQUICIA

Es la unión de dos empresas mediante un contrato mercantil, en el cual una parte (FRANQUICIANTE) cede u otorga la explotación de una marca comercial y tecnología, a otra (FRANQUICIATARIO) con el objeto de usar los mismos sistemas y marca del franquiciante.

1.2.2 FRANQUICIANTE

"Es aquel que posee una determinada marca y tecnología (SABER COMO "KNOW HOW") de comercialización de un bien o servicio, cediendo contractualmente los derechos, transferencia o uso de estas y proveyendo de asistencia técnica, organizativa, gerencial y administrativa al negocio de los franquiciatarios."⁽¹⁾

1.2.3 FRANQUICIATARIO

"Es aquel que adquiere contractualmente el derecho a comercializar un bien o servicio, dentro de un mercado exclusivo utilizando los beneficios que da una marca y el apoyo que recibe en la capacitación para la organización y manejo del negocio."⁽²⁾

1.2.4 CONSTITUCION LEGAL

El contrato es la base legal para la relación existente en el sistema de franquicias que debe de cubrir todos los aspectos del negocio franquiciado y definir los derechos y obligaciones tanto del franquiciante como del franquiciatario.

Las obligaciones básicas del franquiciante deben de incluir:

- * Otorgamiento del uso de la marca.
- * Entrenamiento en el uso y elaboración de los productos o servicios
- * Entrenamiento para la operación del negocio.
- * Apoyo en el inicio de las operaciones.
- * Apoyo en el establecimiento e instalaciones.
- * Proveer de los manuales de operación.
- * Definición de los sistemas financieros.
- * Asistencia en los problemas de localización.
- * Mercadotecnia y publicidad.

Por contraparte el contrato deberá definir los parámetros de actuación del franquiciatario estableciendo las siguientes obligaciones básicas:

- * Que puede y que no puede negociar o ser vendido.
- * Confidencialidad que envuelva el proceso de producción, comercialización y la venta, así como la formula del producto.

- * Patrones de desempeño que observen la calidad de los productos o servicios.
- * Utilización integral del sistema del negocio por franquicias.
- * Utilización de la publicidad, propaganda o promoción institucional
- * Utilización de instalaciones y equipo autorizados y previamente probados.
- * Las regalías acordadas por el uso de la marca y la metodología de operación del franquiciante.
- * El período del contrato.
- * Las condiciones para su renovación.
- * Las condiciones por las cuales se puede rescindir el contrato.

1.2.5 VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL SISTEMA DE FRANQUICIAS

- VENTAJAS:

"* Fortalecimiento y preservación de la marca.

A través del sistema de franquicias se torna mas fácil procurar y mantener un concepto de marca, a fin de reforzar la imagen de la empresa en el plano institucional y establecer una perfecta identidad entre producto y punto de venta.

* Baja inversión de Capital.

Uno de los mayores beneficios para el franquiciante es el bajo capital requerido; comparando la inversión que se requiere para la apertura de filiales . Para la mayoría de las grandes empresas, la expansión a bajo costo puede no ser el beneficio mas significativo del sistema, mas sin embargo incrementaría su participación en el mercado, a través de esfuerzos en conjunto con los puntos de venta como en las promociones y los lanzamientos de nuevos productos.

* Mayor eficiencia

La administración de una red franquiciada es relativamente fácil y requiere de pocas personas, viendo que los problemas de rutina son absorbidos por los franquiciatarios.

De ese modo los recursos gerenciales del franquiciante pueden ser canalizados de forma mas eficiente en la producción y desarrollo del producto o servicio. Es por eso que muchas empresas de moldes convencionales han convertido sus establecimientos al sistema de franquicias, descentralizando el proceso administrativo y mejorando la presentación de los puntos de venta, que son elevados y motivados hacia el éxito por la presencia de los propietarios.

* Desarrollo del mercado

Muchos empresarios encuentran dificultades de expansión debido a los elevados costos para la apertura de filiales, perdiendo mercado esas empresas que podrían ofrecer servicios y productos similares en regiones no atendidas. Ahora pueden

decidirse por el sistema de franquicias resultando mas fácil penetrar en los mercados de interés y expandir sus negocios con mayor velocidad.

* Atractivo del negocio

El sistema de franquicias confiere a la empresa un concepto de seguridad, dando la idea de un negocio ya probado, con total asistencia en el crecimiento y desarrollo, generando interés para el ingreso de nuevos franquiciatarios.

* Honorarios

Es considerado éticamente correcto cobrar pequeños honorarios iniciales, dejando para una etapa posterior la cobranza de honorarios proporcionales a las ventas. Con esto el franquiciante proporcionará grandes incentivos, que se deberán manifestar en el éxito y presentación del negocio franquiciado.

- Desventajas:

* Poca independencia

Un elemento esencial del sistema es que la mayoría de los detalles de operación del negocio son definidos contractualmente para cada establecimiento. Por ese motivo el ser elegido como franquiciatario potencial depende de algunas condiciones de aceptación del sistema, tales como:

a) DISCIPLINA.- Para ser franquiciatario es necesario aceptar las determinaciones del sistema, esto conlleva poca libertad para crear una total obediencia a los procedimientos establecidos por los manuales.

b) MONITOREO DEL FRANQUICIANTE.- Inicialmente la visita de un representante del franquiciante para monitoreo es muy bien recibida. Mas con el paso del tiempo, el franquiciatario comienza a adquirir experiencia y por mas competente e intencionado que pueda ser el representante, será recibido como una especie de intruso en el establecimiento.

c) PRECIOS DE LOS SERVICIOS.- Al principio los servicios de apoyo son necesarios y a los franquiciatarios no les importa pagarlos. Como al pasar el tiempo puede ocurrir una reducción en los servicios, ocasionada por la propia experiencia adquirida por el franquiciatario; esto acaba generando cierta contracción en el pago y la continuidad del mismo.

d) REPUTACION.- La reputación de un sistema de franquicias depende básicamente de la presentación y la habilidad del franquiciatario. Algunos sistemas presentan diferencias substanciales de presentación y calidad del producto o servicio dependiendo del desempeño de cada franquiciatario. Obviamente esto puede afectar la imagen de la empresa o comprometer la marca.

* Inflexibilidad

El negocio de franquicias tiene como característica ser un método inflexible. Cada franquiciatario se regula por un contrato que determina los criterios de operación; en algunos casos, esto dificulta la introducción de alteraciones, como cambio de punto de venta o renovación de equipo. Este aspecto se vuelve difícil para que el franquiciatario pueda responder adecuadamente a la competencia y a las necesidades de cambios exigidas por el mercado.

* El trabajo personal

La atracción inicial de trabajar en su propio negocio se puede transformar para el franquiciatario en una incomodidad después de dos largos años. Por lo tanto al escoger una franquicia es necesario estar seguro en cuanto al trabajo y aceptar el desafío de crecer.

* La venta del negocio

El contrato, establece algunas restricciones, sobre los aspectos de la venta y transferencia de la franquicia obligando al franquiciatario a permanecer en el negocio durante un plazo pre-definido.

* Riesgo asociado con el franquiciante

Es importante reconocer que no toda franquicia constituye un buen negocio. Así que antes de firmar algún contrato, es preciso hacer una rigurosa selección, buscando los aspectos de comportamiento ético del franquiciante, que puedan brindar mayor seguridad."⁽³⁾

1.3 ASOCIACION MEXICANA DE FRANQUICIAS

LA ASOCIACION MEXICANA DE FRANQUICIAS se constituye en 1989 siendo su principal propósito, la creación y desarrollo de franquicias dentro del país.

LA ASOCIACION MEXICANA DE FRANQUICIAS ha considerado como propósitos básicos los siguientes:

a) Fungir como vínculo y / o contacto entre franquiciantes e inversionistas tanto mexicanos como extranjeros.

b) Presentar ante las autoridades competentes un frente común con el propósito de lograr una mejor proyección y desarrollo de las franquicias en nuestro país.

c) Mantener un intercambio constante con entidades similares afiliadas en el exterior, promoviendo y participando en congresos, seminarios debates y eventos internacionales relacionados con el sistema de franquicia.

d) Establecer patrones para la práctica del sistema de franquicias en México, con la finalidad de ampliar el mercado y garantizar la seriedad del sistema.

1.3.1 SERVICIOS QUE PROPORCIONA LA ASOCIACION MEXICANA DE FRANQUICIAS PARA CUMPLIR CON SUS OBJETIVOS

La " A M F " ofrece a sus miembros los siguientes servicios:

a) Acceso a la lista de empresas que operan a través de franquicias en México.

b) Información detallada acerca de las formas más adecuadas de operación a través de franquicias en México, así como de las tendencias de negocios que se generen en el área de franquicias en nuestro país.

c) La " A M F " es la única asociación de su genero en México, por lo cual, sus miembros serán los primeros en saber de las oportunidades que se den en el área de franquicias, tanto en el ámbito nacional como en el internacional.

d) Representar a las franquicias ante las autoridades oficiales con el propósito de que éstas tengan un mejor desarrollo y posibilidades de expansión.

e) Organizar ferias, para así, lograr un contacto eficiente entre franquiciantes y franquiciatarios potenciales.

f) Organización de seminarios y conferencias para así incrementar tanto el interés como la mayor información de lo referente al sistema de franquicias.

g) Buscar las mejores fuentes de financiamiento.

h) La certificación de un comité de aprobación, para así, poder garantizar a los franquiciantes, miembros de la "A M F"

i) Tener contacto con las diferentes instituciones educativas que manejan programas sobre franquicias, para así, poder implementarlos en México.

Para el Franquiciatario es de suma importancia la existencia de la "A M F", puesto que se traduce como herramienta de seriedad al conocer mas del Franquiciante mediante los diferentes medios de imagen que la misma Asociación brinda al mercado en general.

Cabe señalar que el llegar a concretar una venta de Franquicia, en gran parte depende de la labor realizada tanto por parte del Franquiciante como del Franquiciatario, aun cuando en la realidad no existe el apoyo suficiente por parte de "A M F", para dar a conocer de manera general a todos sus afiliados y que de forma automática en el mercado exista el interés por alguna marca comercial en particular.

1.4 CENTRO INTERNACIONAL DE FRANQUICIAS

El centro internacional de franquicias es una empresa de consultoría y asesoría que tiene como objetivo el diseño de estrategias empresariales para el desarrollo y comercialización de sistemas de franquicias para satisfacer las necesidades de empresas y personas físicas que no cuentan con la tecnología y los recursos humanos para transformar sus métodos de operación e inversión.

El centro internacional de franquicias cuenta con toda una infraestructura que le permite apoyar a dichos empresarios en la consecución de convertir sus empresas al sistema de franquicias, así como en la comercialización de franquicias tanto a nivel nacional como internacional.

1.4.1 LOS SERVICIOS QUE PROPORCIONA EL CENTRO INTERNACIONAL DE FRANQUICIAS EN SUS CUATRO DIVISIONES.

1 .- DIVISION DE DESARROLLO DE SISTEMAS Y OPERADORAS DE FRANQUICIAS.

- a) Elaboración del diagnóstico y proyecto de factibilidad.
- b) Diseño del plan estratégico.
- c) Desarrollo del sistema de franquicias.
- d) Afinación y seguimiento de sistemas de franquicias.

2 .- DIVISION DE COMUNICACION Y EVENTOS.

- a) Portafolio de inversionistas que buscan franquicias.
- b) Portafolio de empresas que ofrecen franquicias.
- c) Cobertura de mercado internacional.
- d) Franquicias maestras de exportación e importación.

3 .- DIVISION DE COMUNICACION Y EVENTOS.

- a) Seminarios.
- b) Publicaciones.
- c) Muestras nacionales e internacionales.
- d) Consulta de banco de datos.

4 .- DIVISION FRANQUICIAS INTERNACIONALES

- a) Análisis del entorno.
- b) Adaptación a la cultura local.
- c) Infraestructura humana.
- d) Empresa madre.

CAPITULO II

MULTIVIDEO FRANQUICIA NACIONAL

CAPITULO SEGUNDO: MULTIVIDEO FRANQUICIA NACIONAL

2.1 ANTECEDENTES DE MULTIVIDEO

Con más de treinta años en el mundo del entretenimiento y la diversión familiar, a través de la exhibición de películas en salas cinematográficas de la más alta calidad y siendo líderes en latinoamérica, Organización Ramírez inicia un nuevo proyecto dentro del medio cinematográfico: la renta y venta de películas, videojuegos y compact disc bajo el nombre de multivideo en tiendas propias y tiendas franquiciadas, creando así, un nuevo concepto en el mundo del entretenimiento y diversión para la familia.

2.2 CREACION Y DESARROLLO

2.2.1 PRINCIPIOS DE MULTIVIDEO

Multivideo ha sido diseñada como una empresa versátil y flexible a los cambios del medio ambiente. Como tal asume el compromiso establecido en sus objetivos para sustentar permanentemente su supervivencia enmarcada por los cuatro principios fundamentales que definen su esencia:

"a) LIBERTAD.- A mayor libertad, se da mayor responsabilidad y un más alto nivel de compromiso.

b) SOLIDARIDAD.- consiste en el convencimiento de que todos dependen de los demás y por lo tanto deben de estar interesados en las acciones y/o hechos que pueden perjudicarlos o beneficiarlos a todos. Empeñados en crear un ambiente de armonía en las relaciones de trabajo, comprometidos en mantener abiertas las líneas de comunicación, siendo accesibles a todos, e interesados en detectar problemas y manifestarlos a quien tenga la posibilidad y responsabilidad de resolverlos.

c) SUBSIDIARIDAD.- Tanta libertad como sea posible y tanto control como sea necesario. Es decir para multivideo la subsidiariedad determina la libertad de acción que se da basada en la valuación de las actividades que se realizan. Cuando éstas se consiguen se procede a la fijación de metas y se controla el grado de avance sin intervenir en su desarrollo. Por el contrario al no ser satisfactorio el resultado se le restará libertad y se ejercerá tanto control como sea necesario fijando tareas concretas.

d) JUSTICIA.- se define como dar a cada quien lo que es suyo, tanto a Clientes, como Accionistas, Acreedores, Proveedores y especialmente a sus Trabajadores en lo referente a remuneración igual o superior a la del mercado, reconocimiento y respeto a su dignidad, interesados en su persona, haciéndoles ver acertadamente los hechos que encierran sus méritos y sus errores." (4)

Dichos principios, representan en multivideo un compromiso para todos los que, de alguna manera, se relacionan con ella.

2.2.2 OBJETIVO.

El objetivo principal de multivideo es el dar a sus clientes el mejor y mas eficiente servicio, esto lo esta logrando, gracias a que cuentan con personal altamente capacitado y recursos técnicos de la más alta calidad, lo que les ha permitido desarrollar un nuevo concepto de tiendas de video perfectamente ubicadas, diferentes, modernas, con amplios estacionamientos y abiertas a la imaginación ofreciendo un servicio personalizado a sus clientes con la más alta tecnología, gracias a todo un sistema creado y diseñado específicamente para multivideo, logrando con esto una excelente atención y servicio al cliente, que sin lugar a dudas será el emblema de su éxito.

2.2.3 DESARROLLO

La creciente demanda de mejores servicios, la saturación de mercados y la cada vez mayor necesidad de crear nuevos empleos, han marcado la pauta en el explosivo crecimiento de multivideo. Para finales del año 1990, multivideo contaba ya con tres sucursales operando (Morelia, Mazatlán y Guadalajara), en diciembre de 1991 eran ya diez tiendas y al finalizar 1992, se cuenta con 24 puntos de venta, localizados a lo largo y ancho del territorio nacional, faltando un bimestre para que acabe este año

se cuenta con cuarenta y cuatro tiendas y para finales de 1994 se abrirá una tienda más, logrando con esto un rápido posicionamiento en el mercado nacional en el ramo del video.

Para junio de 1991, multivideo abre sus puertas a una nueva modalidad de hacer negocio " el sistema de franquicias " contando actualmente con doce unidades operando, lo cual les ha permitido lograr un crecimiento sostenido, y poder así, consolidar rápidamente su marca en el mercado y ser la segunda empresa de mayor crecimiento en su ramo.

2.3 ESTUDIO AL CANDIDATO A SER FRANQUICIATARIO

- Es muy importante el procedimiento de:

* Entrevista preliminar: Es el primer contacto que se tiene con el inversionista vía telefónica, donde se da a conocer el monto de la inversión para iniciar operaciones.

* Entrevista profunda: En ella se presenta la estructura general de la empresa y sus políticas de funcionamiento, así como el análisis de inversión.

* Referencias en su comunidad: Consiste en la recopilación de información en diferentes rubros sociales y económicos, los cuales dan a conocer la solvencia tanto moral como económica del inversionista.

* Estudio de mercado: Es la selección de terreno en base a la mejor localización posible, tratando de obtener el mayor mercado potencial afín al giro de la empresa, realizado en base a encuestas específicas que logren arrojar la información requerida.

La franquicia que no cuida de entrada el perfil adecuado del franquiciatario se enfrentará tarde o temprano con problemas que ponen en peligro la estabilidad del sistema. Es un proceso mas cualitativo que cuantitativo la decisión de aceptar un franquiciatario.

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO

CAPITULO TERCERO: ESTUDIO DEL MERCADO

3.1 ESTUDIO DE OFERTA

Pretende abrirse un multivideo en Tampico Tamaulipas, con una capacidad aproximada de 3,000 títulos y 10,000 películas, teniendo una población aproximada de 1,500,000 habitantes.

Existen en el lugar varios video clubes de los cuales cinco son los más representativos estos son:

- 1) VIDEO GRANDE
- 2) VIDEOCENTRO VIPS
- 3) MACROVIDEOCENTRO
- 4) VIDEO TOP
- 5) VIDEO TECH.

De estos cinco video clubes, solo dos representan una competencia real para la apertura de multivideo, y son los siguientes:

1) MACROVIDEOCENTRO, que se encuentra ubicado en av. hidalgo # 4007, colonia florida; a unas 16 cuadras, aproximadamente de donde pretende ubicarse multivideo; y cuenta con los siguientes servicios:

a) Venta de películas national geographic, cosmos, y walt disney teniendo un costo de venta entre N\$ 78.00 y N\$ 95.00

- b) Renta de cartuchos nintendo y sega en N\$ 8.00 diarios
- c) 5 máquinas de premios en huevos
- d) Máquina de refrescos tragamonedas
- e) Promoción miércoles 2 X 1 en renta de películas
- f) Promoción en la renta de tres películas, gratis un cupón para participar en una rifa al final de año
- g) Estacionamiento para 20 automóviles

Cuentan con una capacidad aproximada de 10,000 películas, todas originales con un costo de renta de N\$ 9.00 por 48 hrs. y cobrando por día de retraso equivalente al de renta.

Los socios con los que cuenta el video club son aproximadamente 17,500 socios, teniendo una visita de 450 rentas diarias, el horario que manejan es de lunes a domingo de 10.00 A.M. a 11.00 P.M. y está en operación desde hace un año dos meses aproximadamente.

La distribución de los formatos que maneja es de 30 % en beta y 70 % en vhs y su porcentaje de renta es igual.

2) VIDEO TECH, se encuentra ubicado en av. universidad a una distancia de 19 cuadras aproximadamente respecto a multivideo, este video club ofrece los siguientes servicios:

- a) Venta de cassetes de walt disney
- b) Venta y renta de cassetes de national geographic, óvnis y coustew.
- c) Promoción de suscripción pagando una película y llevándose dos, al momento de la suscripción.

Cuenta con 3,750 títulos y 14,500 películas, con un costo de N\$ 5.00 películas infantiles, N\$ 7.00 no estrenos y N\$ 9.00 estrenos por 72 horas. El precio por día de retraso, es equivalente a la renta.

Cuenta con 11,000 socios, aproximadamente, teniendo unas 500 rentas por día. EL horario que manejan es de lunes a domingo de 10.00 A.M. a 12.00 P.M. La distribución de los formatos que maneja es de 30 % en beta y 70 % en vhs y su porcentaje de renta es igual.

3.2 ESTUDIO DE DEMANDA

Se aplicaron 387 encuestas, aproximadamente, para realizar el estudio de demanda y conocer la aceptación que tendría la apertura de MULTIVIDEO en Tampico Tamaulipas.

Estas encuestas se aplicaron en diferentes zonas, cercanas, al lugar donde planea ubicarse el MULTIVIDEO; estas zonas fueron: Colonias y/o Centros Comerciales:

Fracc. Contry Club.

Fracc. Chairel

Lomas de Rosales

Flamboyanes

Lomas de Chairel

Plaza Cristal

Plaza tres Arcos

Plaza Grande

El cuestionario que se aplicó fue el siguiente:

Pregunta 1: ¿ Con que frecuencia transita en Av. Hidalgo esquina con Márquez de Guadalupe ?

Diario

Cada 3er. día

Cada semana

Cada 15 días

Cada mes

Pregunta 2: ¿ Qué formatos de videocasetera maneja ?

BETA

VHS

Ambas

Ninguna

Pregunta 3: ¿ Pertenece a algún videoclub ?

Si

No

Pregunta 4: ¿ Cómo considera la calidad de las películas que renta ?

Mala

Regular

Buena

Excelente

Pregunta 5: ¿ Cómo considera el servicio del videoclub en general ?

Malo

Regular

Bueno

Excelente

Pregunta 6: ¿ Por qué eligió este videoclub ?

Precio

Ubicación

Variedad de titules

Promociones

Variedad de servicios

Calidad del servicio

Pregunta 7: ¿ Aproximadamente, cuántas películas renta a la semana ?

1 - 3

3 - 5

5 - 7

7 - 9

9 - 11

Pregunta 8: ¿ Le interesaría rentar videojuegos sega y/o Nintendo ?

Si

No

Pregunta 9: ¿ Que opina de rentar una película original, por tres días y dos noches, con un costo de N\$ 7.00 ?

Indiferente

Regular

Bueno

Excelente

Pregunta 10: ¿ Le gustaría poder pagar con tarjeta de crédito los servicios que Multivideo le ofrece ?

Si

No

Pregunta 11: ¿ Que le parecería si además de los servicios antes mencionados se le ofreciera la posibilidad de rentar y/o comprar aparatos Sega, Nintendo, Videocaseteras y Regresadoras ?

Indiferente

Regular

Bueno

Excelente

Pregunta 12: ¿ Le gustaría que se ubicara este nuevo videoclub con los servicios ya mencionados en Av. Hidalgo esquina con Márquez de Guadalupe, se haría socio ?

Si

No

Razones de aceptación de Multivideo:

Por su aceptación

Por que mi videoclub no me satisface

Por tener otra opción

Por tener mayor variedad de títulos

Por tener mejor servicio

Razones de no aceptación de Multivideo:

Por su ubicación

Por que estoy satisfecho con mi videoclub

Por que el precio de renta es mayor

Por que no me interesa los servicios que ofrece

Los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes:

Porcentaje de encuestados por colonia y/o centros
comerciales:

COLONIA	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Fracc. Contry Club	63	16
Fracc. Chairel	75	19
Lomas de Rosales	81	21
Flamboyanes	59	15
Lomas de Chairel	47	12
Plaza Cristal	32	8
Plaza tres Arcos	10	3
Plaza Grande	20	5
Total	387	100

Pregunta 1: ¿Frecuencia de visitas a Multivideo de las diferentes colonias:?

	Diario	C/3er día	C/sem.	C/15 días	C/mes
Fracc. Contry Club	38	18	5	2	0
Fracc. Chairel	46	25	3	1	0
Lomas de Rosales	51	25	4	1	0
Flamboyanes	40	16	2	1	0
Lomas de Chairel	26	16	5	0	0
Plaza Cristal	13	11	6	1	1
Plaza tres Arcos	0	2	5	3	0
Plaza Grande	3	3	8	4	2
Total	217	116	38	13	3

Diario C/3er día C/sem. C/15 días C/mes

	Diario	C/3er día	C/sem.	C/15 días	C/mes
Fracc. Contry Club	9.6%	4.6%	1.3%	0.5%	0.0%
Fracc. Chairel	11.6%	6.4%	0.8%	0.2%	0.0%
Lomas de Rosales	13.2%	6.2%	1.1%	0.3%	0.0%
Flamboyanes	10.1%	4.2%	0.5%	0.2%	0.0%
Lomas de Chairel	6.6%	4.1%	1.3%	0.0%	0.0%
Plaza Cristal	3.2%	2.7%	1.5%	0.3%	0.3%
Plaza tres Arcos	0.0%	0.6%	1.5%	0.9%	0.0%
Plaza Grande	0.8%	0.8%	2.0%	1.0%	0.4%
Total	55.9%	29.6%	10.0%	3.4%	0.7%

Se inicia investigando el flujo de las personas que transitan por Av. Hidalgo esq. con Márquez de Guadalupe, que viven en las colonias aledañas en un radio de un kilómetro de donde se pretende ubicar a dicho multivideo, y se obtiene que el 55.9 % 213 personas transita diariamente por esta vía y pueden ser clientes activos de esta sucursal.

Pregunta 2: ¿Formato de videocasetera?

Formato de videocasetera	Encuestados	Porcentaje
Beta	98	25
VHS	213	55
Ambas	60	16
Ninguna	16	4

Con esta pregunta se verifica el promedio de formato Beta y VHS que se necesitará en la sucursal para cubrir la demanda y se obtiene que el 25 % en beta y el 55 % en VHS.

Pregunta 3: ¿Pertenece a algún videoclub?

	Encuestados	Porcentaje
Si	347	90
No	40	10

¿A cual videoclub?

	Encuestados	Porcentaje
Macrovideocentro	113	32.9
Video Tech	92	26.8
Videocentro Vips	52	15.1
Video top	35	10.2
Video Grande	20	5.8
Video Max	16	4.6
Video Hall	15	4.3

En esta pregunta se obtiene que el 90 % de los encuestados, afirma ser socio de un videoclub, de éstos el 32.9 % es cliente de Macrovideocentro y el 26.8 de Video Tech, el resto esta dividido en los demás videoclubs.

Pregunta 4: ¿Calidad de las películas?

	Encuestados	Porcentaje
Mala	0	0
Regular	5	1
Bueno	231	67
Excelente	111	32

Pregunta 5: ¿Calidad del servicio?

	Encuestados	Porcentaje
Mala	1	0.3
Regular	20	6
Bueno	243	70
Excelente	83	24

Pregunta 6: ¿Motivo de elección?

	Encuestados	Porcentaje
Precio	38	11
Ubicación	273	79
Variedad de títulos	27	8
Promociones	8	2
Variedad de servicios	0	0
Calidad del servicio	1	0.3

En estas últimas tres preguntas se quiere saber que tan fuerte es el grado de satisfacción (Calidad, Servicio, Elección) que tiene los clientes con respecto a otros videoclubs, para poder determinar la preferencia que tendrán con respecto a los servicios que ofrece Multivideo.

Pregunta 7: ¿Aproximación de rentas semanales?

	Encuestados	Porcentaje
De 1 a 3 videocasetes	151	44
De 3 a 5 videocasetes	102	29
De 5 a 7 videocasetes	68	20
De 7 a 9 videocasetes	22	6
De 9 a 11 videocasetes	4	1
De 11 a 13 videocasetes	0	0

Con esta pregunta se quiere saber el promedio de renta que tiene el cliente en esta zona, para poder conocer el porcentaje de demanda que tendrá Multivideo con respecto a los posibles clientes; y se puede observar que la mayoría de los clientes renta de 1 a 3 videocasetes siendo este el 44 % de los encuestados; y reflejando una renta de (340 películas), el 29% de 3 a 5 (448), el 20 % de 5 a 7 (462), el 6 % de 7 a 9 (184) y el 1 % de 9 a 11 (40), que nos suman un total de 1,474 películas a la semana.

Pregunta 8: ¿Aceptación de rentar videojuegos?

	Encuestados	Porcentaje
Si	294	76
No	93	24

Pregunta 9: ¿Aceptación de 3 días 2 noches?

	Encuestados	Porcentaje
Indiferente	9	2
Regular	8	2
Bueno	283	73
Excelente	87	22

Pregunta 10: ¿Aceptación de pagar con tarjeta de crédito?

	Encuestados	Porcentaje
Si	179	46
No	208	54

Pregunta 11: ¿Aceptación de otros servicios?

	Encuestados	Porcentaje
Indiferente	12	3
Regular	17	4
Bueno	315	81
Excelente	43	11

Con estas últimas 4 preguntas lo que se quiere saber es la aceptación del cliente y la disponibilidad de pagar por los servicios que multivideo ofrece; el 76 % de los encuestados dijo que le interesaría rentar videojuegos (294 personas), la idea de rentar las películas por 3 días 2 noches (72 hrs.), fue del agrado del 73 % de los encuestados (283 personas). También los motivó la idea de pagar con tarjeta de crédito, siendo un 46 % (178 personas) el poder rentar y/o comprar aparatos eléctricos como: videocaseteras sega, nintendo, supernintendo y regresadoras, fue bien aceptada por el 81 % de los encuestados (313 personas).

Pregunta 12: ¿Aceptación de Multivideo?

	Encuestados	Porcentaje
Si	372	96
No	15	4

Razón de si aceptar Multivideo

	Encuestados	Porcentaje
Por su ubicación	357	48.2
Porque mi videoclub no me satisface	19	2.6
Por tener otra opción	252	34.0
Por tener mayor variedad de títulos	57	7.7
Por tener mejor servicio	26	3.5

Razón de no aceptar Multivideo

	Encuestados	Porcentaje
Por su ubicación	7	1.9
Porque estoy satisfecho con mi videoclub	4	1.06
Porque el precio de renta es mayor	0	0
Porque no me interesa los servicios que ofrece	4	1.06

Al finalizar la encuesta el 96 % mencionó que le agradaría, bastante, el que se abriera Multivideo, por la cantidad de servicios que ofrece (372 personas).

La muestra es en base a 3 kilómetros de diámetro de donde se pretende ubicar el multivideo.

CAPITULO IV

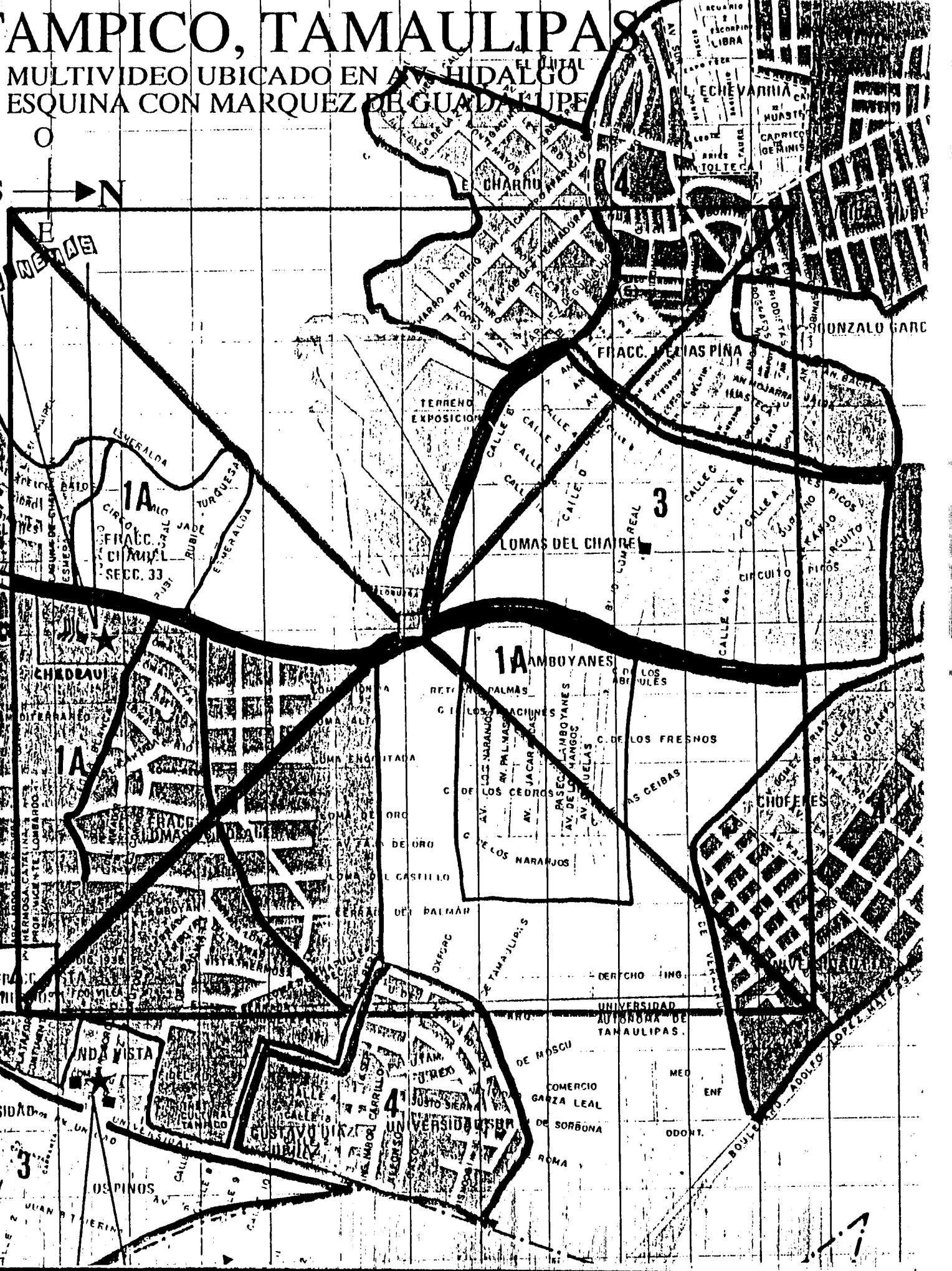
ESTUDIO TECNICO

CAPITULO CUARTO: ESTUDIO TECNICO

4.1 LOCALIZACION

AMPICO, TAMAULIPAS

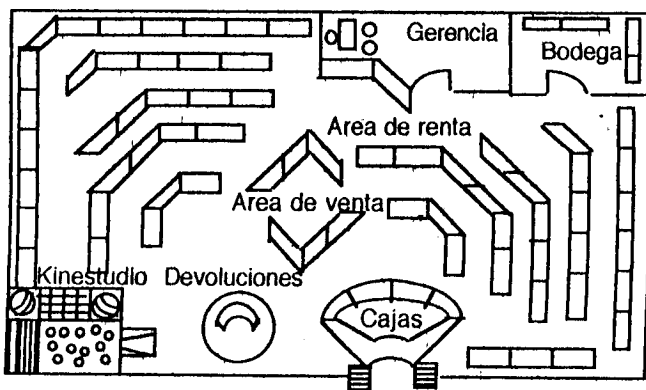
MULTIVIDEO UBICADO EN AV. HIDALGO
ESQUINA CON MARQUEZ DE GUADALUPE



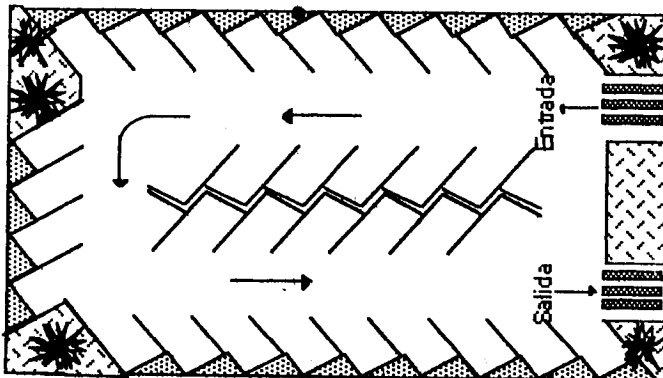
4.2 TAMAÑO

REQUERIMIENTO DE ESPACIO

- * AREA DE PISO DE VENTAS.
500 MTS. CUADRADOS (mínimo)



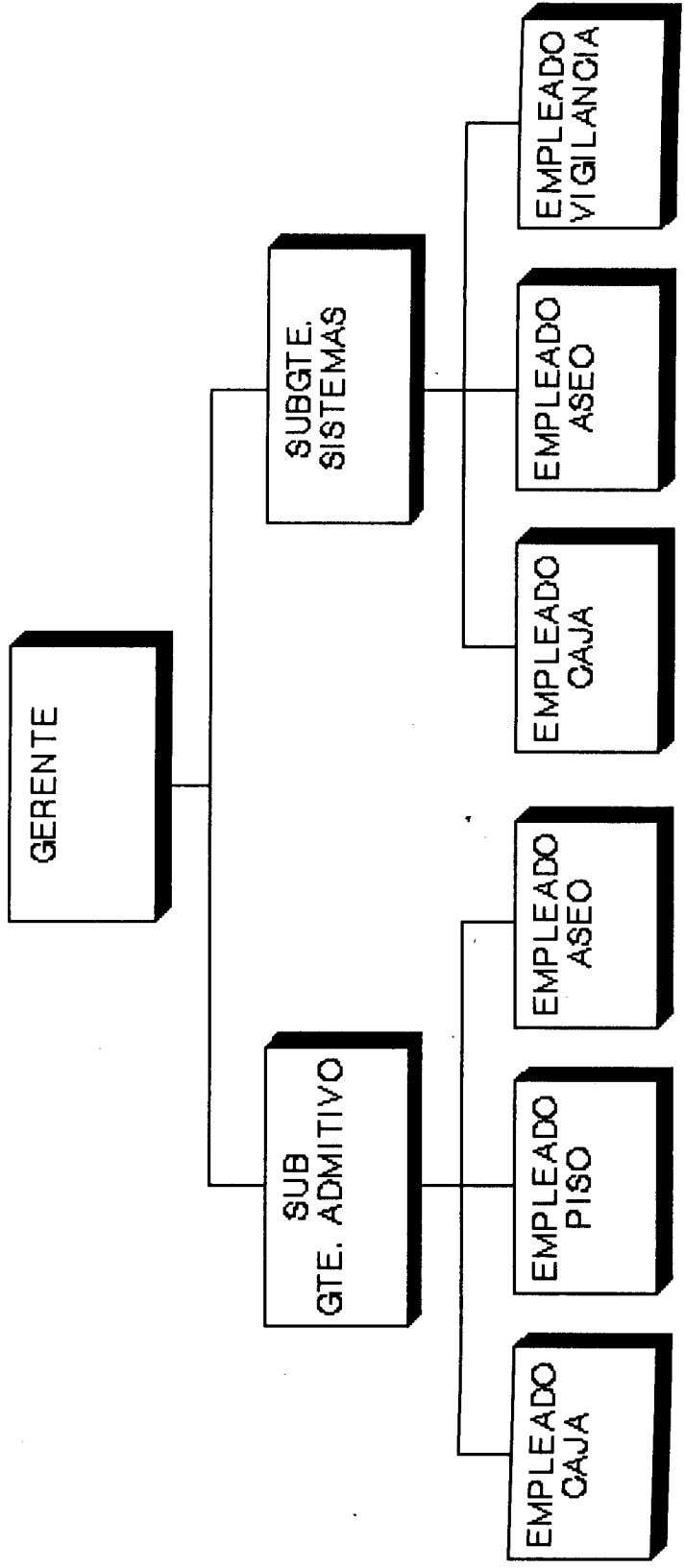
- * AREA DE ESTACIONAMIENTO.
600 MTS. CUADRADOS (mínimo)



Estacionamiento aproximado 20 cajones

IV.3 ORGANIZACION

ORGANIGRAMA MULTIVIDEO



4.3.1 MANUAL DE DESCRIPCION DE PUESTOS

4.3.1.1 DESCRIPCION DE PUESTO DE GERENTE DE SUCURSAL

a) DEFINICION DEL PUESTO:

"Administrar adecuadamente los recursos materiales, financieros y tecnológicos, ejerciendo una relación eficiente con clientes, corporativo, autoridades, proveedores y empleados de la sucursal, en busca de la excelencia en el servicio y la satisfacción de sus clientes."⁽⁵⁾

b) ALCANCE DEL PUESTO:

El gerente de sucursal debe garantizar que toda la actividad operativa se encuentre dentro de los marcos de referencia, principios fundamentales y políticas establecidas por la empresa.

Reporta a:

- Gerente regional

Le reportan:

- Subgerente administrativo
- Subgerente de sistemas
- Empleados de piso
- Empleados de caja
- Empleados de mantenimiento

c) SUSTITUYE Y LO SUSTITUYE:

Sustituye a:

- Subgerente administrativo
- Subgerente de sistemas

Lo sustituyen:

- Gerente regional
- Coordinador operativo
- Director de recursos Humanos
- Gerentes de sucursales y/o en capacitación.

d) PERFIL DEL PUESTO

Estudios mínimos de licenciatura en área administrativa.

Ambos sexos, Edad de 22 a 25 años.

e) RESPONSABILIDAD Y AUTORIDAD:

Responsabilidad

El gerente es el primero y último responsable del óptimo desarrollo y funcionamiento de la sucursal.

Autoridad

Ejerce autoridad sobre:

- Subgerentes
- Personal de la sucursal
- Personal externo o eventual
- Personal en capacitación

f) DESCRIPCION ESPECIFICA DE FUNCIONES:

La descripción de funciones esta clasificada de acuerdo al siguiente orden:

- Operativas: Es responsable del buen funcionamiento de la sucursal a su cargo y de dar oportuna solución a las eventualidades que se presenten, buscando siempre el logro en la excelencia en el servicio.

- Administrativas: es responsable de la adecuada administración de todos los recursos económicos que se manejen en la sucursal.

- Mantenimiento: es responsable de cuidar y mantener la imagen e instalaciones de la sucursal a su cargo.

- Técnicas: es responsable de mantener en óptimas condiciones los sistemas de información, la publicidad y la

cantidad y calidad de los artículos para el buen funcionamiento de la sucursal a su cargo.

- Recursos Humanos: es responsable de coordinar todo el personal a su cargo, supervisando que sus actividades se realicen dentro de los lineamientos establecidos.

g) PROBLEMAS:

- Problemas dentro de su alcance:

1.- Clientes: retrasos, cambio de productos, quejas por deficiencia en el servicio, activación de alarmas, garantías sobre artículos eléctricos y artículos dañados.

2.- Productos en mal estado: Realización de reparaciones pequeñas y urgentes a artículos en renta.

3.- Negociación con autoridades: Permisos y licencias municipales.

4.- Robo sin violencia

5.- Bancos: aclaraciones de cargos que no correspondan

- Problemas fuera de su alcance:

1.- Problemas graves con el sistema

2.- Problemas graves con las autoridades: laborales y de personal

3.- Siniestros

4.- Mantenimiento correctivo a fondo

4.3.1.2 DESCRIPCION DE PUESTO DE SUBGERENTE ADMINISTRATIVO

a) DEFINICION DEL PUESTO:

"Ejercer un adecuado control y supervisión de la operación de la sucursal, especializándose en las actividades administrativas necesarias, para el logro en la excelencia en el servicio." (6)

b) ALCANCE DEL PUESTO:

El subgerente administrativo debe garantizar la correcta realización de la operación, ejerciendo particularmente control exacto sobre todas las actividades administrativas, estableciendo sobre cada una de ellas el orden y seguimiento necesario, que asegure el logro de los objetivos de la empresa, en base a las políticas, normas y procedimientos establecidos

Reporta a:

- Gerente de sucursal

Le reportan:

- todos los empleados de la sucursal, en ausencia del gerente

c) SUSTITUYE Y LO SUSTITUYE:

Sustituye a:

- Subgerente de sistemas
- Empleados de la sucursal

Lo sustituye:

- Gerente de sucursal
- Subgerente de sistemas

d) RESPONSABILIDAD Y AUTORIDAD:

Responsabilidad

El subgerente administrativo es responsable del óptimo desarrollo de las actividades administrativas.

Autoridad

Ejerce autoridad sobre todo el personal de la sucursal, en coordinación y a través del gerente de sucursal.

e) DESCRIPCION ESPECIFICA DE FUNCIONES:

La descripción de funciones está clasificada de acuerdo al siguiente orden:

- Operativas: Es responsable de coordinar las actividades necesarias para dar oportuna solución a eventualidades, buscando siempre el logro de la excelencia en el servicio, el cual va encaminada a la completa satisfacción del cliente.

- Administrativa: Es responsable de manejar adecuadamente los recursos económicos que le sean asignados por el gerente de sucursal.

- Mantenimiento: Es responsable de mantener en adecuado estado las instalaciones de la sucursal, para así ofrecer una imagen impecable.

- Técnicas: es responsable del funcionamiento y uso del sistema de cómputo con que cuenta la sucursal y de reportar oportunamente las anomalías que se presenten.

- Recursos Humanos: Es responsable de coordinar las actividades del personal a su cargo, para que sean realizadas dentro de los lineamientos establecidos.

f) PROBLEMAS:

- Problemas dentro de su alcance:

1.- Compra de insumos y artículos de uso regular que se encuentren dentro del presupuesto autorizado.

2.- Corregir los problemas administrativos y operativos que se presenten en la sucursal.

3.- Reportar las anomalías que presente el sistema de cómputo.

4.- Ajustar los horarios de trabajo cuando exista razón para realizarlo.

- Problemas dentro de su alcance:

1.- realización de gastos mayores a los autorizados.

2.- problemas graves con el sistema.

3.- problemas con proveedores.

4.- siniestros.

5.- problemas laborales.

4.3.1.3 DESCRIPCION DE PUESTO DE SUBGERENTE DE SISTEMAS

a) DEFINICION DEL PUESTO:

"Ejercer un adecuado control y supervisión de la operación de la sucursal, especializándose en las actividades técnicas necesarias, para el logro en la excelencia en el servicio." (7)

b) ALCANCE DEL PUESTO:

El subgerente de sistemas debe garantizar la correcta realización de la operación, ejerciendo particular control exacto sobre todas actividades técnicas. Estableciendo sobre cada una de ellas el orden y seguimiento necesario, que asegure el logro de los objetivos.

Reporta a:

- Gerente de sucursal

Le reportan:

- todos los empleados de la sucursal, en ausencia del gerente

c) SUSTITUYE Y LO SUSTITUYE:

Sustituye a:

- Subgerente administrativo
- Empleados de la sucursal

Lo sustituye:

- Gerente de sucursal
- Subgerente administrativo

d) RESPONSABILIDAD Y AUTORIDAD:

Responsabilidad

El subgerente de sistemas es responsable del óptimo desarrollo de las actividades técnicas.

Autoridad

Ejerce autoridad sobre todo el personal de la sucursal, en coordinación y a través del gerente de sucursal.

e) DESCRIPCION ESPECIFICA DE FUNCIONES:

La descripción de funciones esta clasificada de acuerdo al siguiente orden:

- Operativas: Es responsable de coordinar las actividades necesarias para dar oportuna solución a eventualidades, buscando siempre el logro de la excelencia en el servicio, el cual va encaminada a la completa satisfacción del cliente.

- Administrativa: Es responsable de manejar adecuadamente los recursos económicos que le sean asignados por el gerente de sucursal.

- Mantenimiento: Es responsable de mantener en adecuado estado las instalaciones de la sucursal, para así, ofrecer una imagen impecable.

- Técnicas: es responsable del funcionamiento y uso del sistema de cómputo con que cuenta la sucursal y de reportar oportunamente las anomalías que se presenten.

- Recursos Humanos: Es responsable de coordinar las actividades del personal a su cargo, para que sean realizadas dentro de los lineamientos establecidos.

f) PROBLEMAS:

- Problemas dentro de su alcance:

1.- Compra de insumos y artículos de uso regular que se encuentren dentro del presupuesto autorizado.

2.- Corregir los problemas administrativos y operativos que se presenten en la sucursal.

3.- Reportar las anomalías que presente el sistema de cómputo.

4.- Ajustar los horarios de trabajo cuando exista razón para realizarlo.

- Problemas dentro de su alcance:

1.- realización de gastos mayores a los autorizados.

2.- problemas graves con el sistema.

3.- problemas con proveedores.

4.- siniestros.

5.- problemas laborales.

4.3.1.4 DESCRIPCION DE PUESTO DE EMPLEADO DE CAJA

"Es la persona que debe atender esmeradamente al cliente en sus necesidades de : Información, compra o renta de algún artículo, teniendo en cuenta que el cliente es la razón de ser de multivideo y que se le debe atender de una manera excelente."(8)

b) ALCANCE DEL PUESTO:

Debe garantizar a través de su servicio, la plena satisfacción del cliente, desde que establece contacto con él, hasta que lo despide, sabiendo que debe estar dispuesto a satisfacer las necesidades de servicio que el exprese.

c) SUSTITUYE Y LO SUSTITUYE:

Sustituye a:

- Empleado de piso
- Empleados de aseo

Lo sustituye:

- Empleado de piso
- Subgerentes
- Gerente

d) RESPONSABILIDAD:

Deberá presentarse a sus labores puntualmente con su uniforme correspondiente, de acuerdo al calendario establecido y en condiciones apropiadas, es responsable de controlar adecuadamente los ingresos que se registren en su caja, y del orden y limpieza de su área de trabajo .

e) DESCRIPCION ESPECIFICA DE FUNCIONES:

Las funciones de caja en cuanto a atención y servicio al cliente son las siguientes:

- Cobro de artículos en venta y renta.
- Devolución de artículos
- Suscripción
- Sugerencias de los clientes

4.3.1.5 DESCRIPCION DE PUESTO DE EMPLEADO DE PISO

"Es quien atiende amablemente a todos los clientes que asisten a la sucursal; la atención se ofrece en dos formas." (9)

- Directa: Cuando existe un contacto personalizado cliente
- Empleado para satisfacer las necesidades del primero.
- Indirecta: Cuando el empleado mantiene en perfecto orden y limpieza la sucursal, encontrando el cliente el producto deseado.

b) ALCANCE DEL PUESTO:

Debe garantizar a través de la excelencia en el servicio, la plena satisfacción del cliente, desde que entra a la sucursal, hasta que la abandona.

c) SUSTITUYE Y LO SUSTITUYE:

Sustituye a:

- Empleado de caja
- Empleados de aseo
- Vigilancia

Lo sustituye:

- Empleado de caja

- Subgerentes

- Gerente

d) RESPONSABILIDAD:

Es responsable de dar atención inmediata y eficaz al cliente que lo solicite, así como de que todos los artículos estén ordenadamente colocados en racks y anaqueles.

e) DESCRIPCION ESPECIFICA DE FUNCIONES:

Atenderá diligentemente al público que requiera sus servicios en forma cortés, oportuna y amable, auxiliándole en la localización de sus productos favoritos; recogerá del área de cajas las devoluciones de los productos regresados por el cliente y procederá a acomodarlos en los racks correspondientes

4.3.1.6 DESCRIPCION DE PUESTO DE EMPLEADO DE ASEO

- Se presentará puntualmente al horario establecido por la gerencia de sucursal.

- Atiende las instrucciones de aseo y mantenimiento según el programa y prioridades de la sucursal dadas por el gerente.

- Mantendrá perfectamente limpias las aéreas siguientes:

- * Estacionamiento
- * Pisos
- * Pórtico de la sucursal
- * Areas verdes
- * Sanitarios
- * Oficina
- * Señalización
- * Kinestudio
- * Carteleras
- * Ceniceros y basureros

- Se tendrán las herramientas necesarias para dar el mantenimiento preventivo menor a las instalaciones eléctrica, hidráulica, refrigeración y a la planta de emergencia en base a las instrucciones dadas por el gerente de mantenimiento, atendiendo la periodicidad fijada para este fin.

4.3.1.7 DESCRIPCION DE PUESTO DE EMPLEADO DE VIGILANCIA

- Se presentará a la sucursal perfectamente uniformado y puntal dentro del horario previamente establecido por el gerente.
- Trata cortés y amablemente a todo el público, abriéndole la puerta para despedirlo, siempre amablemente
- Hará recorridos periódicos por los pasillos sin desproteger la salida, sobre todo por las áreas en donde se encuentran los compact disc, cartuchos de videojuegos sega y nintendo, productos que fácilmente se pueden sustraer.
- Comprobará que en los alrededores de la sucursal y en el interior todo se encuentre sin novedad y en orden, indicando cualquier anomalía al personal de gerencia.
- Al sonar la alarma magnética actuará amable con el cliente o la persona que haya provocado su activación, procediendo de acuerdo a las instrucciones específicas que para el caso haya indicado el gerente de sucursal.
- Entregará al final de actividades de su turno los pormenores de los incidentes que haya observado.

4.4 REQUERIMIENTOS

- Acta constitutiva de la empresa
- Alta de Hacienda
- Licencia de operación anual municipal
- Depósito de alta del sindicato
- Depósito del reglamento interior de trabajo
- Licencia sanitaria anual del establecimiento de SSA
- Licencia de anuncios luminosos
- Inscripción anual a canacine
- Convenio anual con SACM
- Visto bueno de bomberos
- Inscripción de la empresa en el seguro de riesgo y de los trabajadores ante el IMSS.
- Integración de las comisiones mixtas de seguridad e higiene.
- Integración de las comisiones mixtas de capacitación y adiestramiento.
- Inscripción de la empresa ante INFONAVIT
- Inscripción de la empresa ante FONACOT

CAPITULO V

ANALISIS FINANCIERO PARA EL INVERSIONISTA

CAPITULO QUINTO: ANALISIS FINANCIERO PARA EL INVERSIONISTA

5.1 ANALISIS DE INVERSIONES

5.1.1 INVERSION FIJA:

* MOBILIARIO DE TIENDA	N\$	270,592.00
* EQUIPO DE COMPUTO	N\$	140,000.00
* ACONDICIONAMIENTO DEL LOCAL	N\$	444,600.00
<hr/>		
SUB-TOTAL	N\$	855,192.00

5.1.2 INVERSION DIFERIDA

* COSTO DE FRANQUICIA	N\$	172,150.00
* ANUNCIOS Y SEÑALIZACION	N\$	140,000.00
* PUBLICIDAD INICIAL	N\$	27,000.00
* GASTOS DE APERTURA E INAUGURACION	N\$	25,000.00
<hr/>		
SUB-TOTAL	N\$	364,150.00

5.1.3 CAPITAL DE TRABAJO

* INVENTARIO INICIAL N\$ 990,231.38

* PELICULAS CASETES PARA
EL SIGUIENTE MES N\$ 100,000.00

SUB-TOTAL N\$ 1,090,231.98

TOTAL DE INVERSIONES N\$ 2,309,573.38

* Los precios antes mencionados no incluyen I.V.A.

* El terreno y obra negra se amortizará vía rentas

MOBILIARIO DE TIENDA: Amueblado interior de la sucursal (estantería en general).

EQUIPO DE COMPUTO: Conjunto de microcomputadoras conectadas entre sí, cuya característica principal es proporcionar el acceso de información para varios usuarios al mismo tiempo.

ACONDICIONAMIENTO DEL LOCAL: Acabados y decoración del interior y exterior de la sucursal.

COSTO DE LA FRANQUICIA: La regalía inicial (o pago de derecho de Franquicia), es de \$55,000.00 dlls o su equivalente en moneda nacional al tipo de cambio del día, este pago contempla la realización de los siguientes conceptos:

- 1.- Apoyo y aprobación para la selección de la ubicación del video-club franquiciado.
- 2.- Elaboración de estudios de mercado.
- 3.- Estudio de mecánica de suelo y levantamiento físico del terreno.
- 4.- Elaboración de planos ejecutivos, diseño y distribución de la tienda.

5.- Derecho de uso de los manuales operativos internos de multivideo (de cómputo, operación, mantenimiento, imagen y de construcción).

6.- Elección, contratación y capacitación del gerente, subgerentes y demás personal, al nivel de uso del sistema de cómputo y de operación de video-club.

ANUNCIOS Y SEÑALIZACION: Imagen y señalización interna y externa del local.

PUBLICIDAD INICIAL: Campaña publicitaria (pre-apertura e inauguración).

GASTOS DE APERTURA E INAUGURACION: Incluye gastos de permisos municipales y ceremonia inaugural.

PELICULAS, CASSETTES PARA EL SIGUIENTE MES: Capital de trabajo inicial.

INVENTARIO INICIAL PARA SUCURSAL DE MULTIVIDEO

ARTICULO		CANTID	PRECIO	TOTAL
Ap. Nintendo (Challenge set)	Renta	5	438.55	2,192.75
Ap. supernintendo	Renta	10	725.65	7,256.50
* Cartucho nintendo	Renta	150	145.00	21,750.00
* Cartucho super nintendo	Renta	350	187.00	65,450.00
* Peliculas	Renta	3,900	128.00	499,200.00
* Peliculas de estreno	Renta	800	160.00	128,000.00
Videos serv. a la comunidad	Renta	295	30.00	8,850.00
Video-casetera movie walker	Renta	10	860.00	8,600.00
* Peliculas transferencia	Renta	800	102.40	81,920.00
Compact disc	Venta	100	45.00	4,500.00
Ap. Nintendo (Challenge set)	Venta	2	338.55	677.10
Ap. supernintendo	Venta	5	625.65	3,128.25
* Cartucho super nintendo	Venta	15	187.00	2,805.00
Playeras	Venta	100	19.00	1,900.00
Regresadora solidex	Venta	18	39.00	702.00
* Videos virgenes	Venta	80	11.00	880.00
* Videos coleccion	Venta	60	65.00	3,900.00
Dulceria (promedio)	Venta	Variable	Variable	18,000.00

ARTICULOS EN USO FORMAN PARTE DE LOS ACTIVOS

Kinestudio	Uso	1	53,500.00	53,500.00
Estuche nintendo y supernintendo	Uso	50	1.38	69.00
Archivero grande	Uso	1	631.00	631.00
Archiveros para escritorio	Uso	2	583.00	1,166.00
Banco para cajero	Uso	3	150.00	450.00
Credenciales	Uso	24,000	1.32	31,680.00
Escritorio (1.20 * .75)	Uso	1	450.00	450.00
Escritorio (1.50 * .75)	Uso	2	900.00	1,800.00
Lokers	Uso	2	389.42	778.84
Pantalla para computadora	Uso	8	208.00	1,664.00
Maquina forradora	Uso	1	1,000.00	1,000.00
Mesa para computadora	Uso	1	711.00	711.00
Notas de venta (caja)	Uso	15	106.00	1,590.00
Solicitud inscripcion (millares)	Uso	7	129.00	903.00
Extinguidores	Uso	6	415.03	2,490.18
Muebles de touch screen	Uso	2	1,900.00	3,800.00
Estuche peliculas	Uso	1,500	1.00	1,500.00
Bolsas corporativas (bulto)	Uso	3	94.40	283.20
Alarmas (rollo)	Uso	1	351.56	351.56
Rollo para forradora	Uso	3	286.10	858.30
Sillas de visita	Uso	2	585.35	1,170.70
Sillas ejecutivas	Uso	2	655.50	1,311.00
T.V. de 27"	Uso	5	2,050.00	10,250.00
Video-caseter para tienda (VHS)	Uso	3	1,200.00	3,600.00
Contratos (millares)	Uso	5	302.40	1,512.00
Consola de nintendo	Uso	1	7,000.00	7,000.00

NOTA:

* PRECIO PROMEDIO APROXIMADO

LOS ARTICULOS DE DULCERIA NO PAGAN I.V.A.

SUB-TOTAL:	N\$	990,231.38
I.V.A. 10%:	N\$	97,223.14
TOTAL:	N\$	1,087,454.52

5.2 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

MESES	ENE	FEB	MAR	ABR
VENTAS	192,482.81	189,881.69	200,286.16	226,297.35
VIDEO	135,646.66	133,813.60	141,145.85	159,476.48
VIDEO JUEGOS	12,901.83	12,727.48	13,424.87	15,168.36
DULCERIA	7,435.30	7,334.82	7,736.73	8,741.50
AP. ELECT. R.	1,234.02	1,217.35	1,284.05	1,450.81
VIDEO-VIRG.	725.50	715.69	754.91	852.95
VARIOS	24,107.72	23,781.94	25,085.06	28,342.86
ART-VTA.	10,431.78	10,290.81	10,854.69	12,264.39
ESTACIONALIDAD	7.40	7.30	7.70	8.70
COSTO DE VENTAS	47,204.13	46,566.23	49,117.81	55,496.74
VIDEO	33,911.67	33,453.40	35,286.46	39,869.12
VIDEO JUEGOS	2,580.37	2,545.50	2,684.97	3,033.67
DULCERIA	1,858.82	1,833.71	1,934.18	2,185.37
ART-VTA.	8,345.42	8,232.65	8,683.75	9,811.51
VIDEO-VIRG.	507.85	500.98	528.44	597.06
UTILIDAD BRUTA	145,278.68	143,315.45	151,168.36	170,800.61
GTO. DE ADMON.	48,106.82	47,963.76	48,536.01	49,966.62
SUELDOS Y SALARIOS	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00
1% REMUNERACIONES	150.00	150.00	150.00	150.00
2% FONDO RETIRO	300.00	300.00	300.00	300.00
5% INFONAVIT	750.00	750.00	750.00	750.00
18% IMSS	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00
CONTABILIDAD	909.00	909.00	909.00	909.00
TELEFONO	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00
ELECTRICIDAD	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00
AGUA	50.00	50.00	50.00	50.00
PAPELERIA	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00
DEPRECIACION	8,561.27	8,561.27	8,561.27	8,561.27
4.5% PUBLICIDAD	8,661.73	8,544.68	9,012.88	10,183.38
FLETES Y ACARREOS	200.00	200.00	200.00	200.00
1% MANTENIMIENTO	1,924.83	1,898.82	2,002.86	2,262.97
SEGUROS Y FIANZAS	850.00	850.00	850.00	850.00
PROVISIONES	350.00	350.00	350.00	350.00
10% RENTA INMUEBLE	19,248.28	18,988.17	20,028.62	22,629.74
10% REGALIAS POR FRANQ.	19,248.28	18,988.17	20,028.62	22,629.74
GTOS. OPERACION	86,603.39	85,940.10	88,593.24	95,226.10
UTILIDAD ANTES IMPUESTO	58,675.29	57,375.35	62,575.11	75,574.51

PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

MESES	MAY	JUN	JUL	AGO
VENTAS	192,482.81	202,887.28	254,909.66	247,106.31
VIDEO	135,646.66	142,978.91	179,640.17	174,140.99
VIDEO JUEGOS	12,901.83	13,599.22	17,086.20	16,563.16
DULCERIA	7,435.30	7,837.21	9,846.75	9,545.32
AP. ELECT. R.	1,234.02	1,300.73	1,634.25	1,584.22
VIDEO-VIRG.	725.50	764.71	960.79	931.38
VARIOS	24,107.72	25,410.84	31,926.44	30,949.10
ART-VTA.	10,431.78	10,995.66	13,815.06	13,392.15
ESTACIONALIDAD	7.40	7.80	9.80	9.50
COSTO DE VENTAS	47,204.13	49,755.70	62,513.57	60,599.89
VIDEO	33,911.67	35,744.73	44,910.04	43,535.25
VIDEO JUEGOS	2,580.37	2,719.84	3,417.24	3,312.63
DULCERIA	1,858.82	1,959.30	2,461.69	2,386.33
ART-VTA.	8,345.42	8,796.53	11,052.05	10,713.72
VIDEO-VIRG.	507.85	535.30	672.55	651.97
UTILIDAD BRUTA	145,278.68	153,131.58	192,396.09	186,506.41
GTO. DE ADMON.	48,106.82	48,679.07	51,540.30	51,111.12
SUELDOS Y SALARIOS	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00
1% REMUNERACIONES	150.00	150.00	150.00	150.00
2% FONDO RETIRO	300.00	300.00	300.00	300.00
5% INFONAVIT	750.00	750.00	750.00	750.00
18% IMSS	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00
CONTABILIDAD	909.00	909.00	909.00	909.00
TELEFONO	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00
ELECTRICIDAD	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00
AGUA	50.00	50.00	50.00	50.00
PAPELERIA	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00
DEPRECIACION	8,561.27	8,561.27	8,561.27	8,561.27
4.5% PUBLICIDAD	8,661.73	9,129.93	11,470.93	11,119.78
FLETES Y ACARREOS	200.00	200.00	200.00	200.00
1% MANTENIMIENTO	1,924.83	2,028.87	2,549.10	2,471.06
SEGUROS Y FIANZAS	850.00	850.00	850.00	850.00
PROVISIONES	350.00	350.00	350.00	350.00
10% RENTA INMUEBLE	19,248.28	20,288.73	25,490.97	24,710.63
10% REGALIAS POR FRANQ.	19,248.28	20,288.73	25,490.97	24,710.63
GTOS. OPERACION	86,603.39	89,256.53	102,522.23	100,532.38
UTILIDAD ANTES IMPUESTO	58,675.29	63,875.05	89,873.86	85,974.04

PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

MESES	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL	
VENTAS	215,892.88	192,482.81	218,494.00	267,915.26	2,601,119.00	100.00%
VIDEO	152,144.23	135,646.66	153,977.29	188,805.49	1,833,063.00	70.5%
VIDEO JUEGOS	14,470.97	12,901.83	14,645.32	17,957.95	174,349.00	6.7%
DULCERIA	8,339.59	7,435.30	8,440.07	10,349.13	100,477.00	3.9%
AP. ELECT. R.	1,384.11	1,234.02	1,400.78	1,717.63	16,676.00	0.6%
VIDEO-VIRG.	813.73	725.50	823.54	1,009.81	9,804.00	0.4%
VARIOS	27,039.74	24,107.72	27,365.52	33,555.34	325,780.00	12.5%
ART-VTA.	11,700.51	10,431.78	11,841.48	14,519.91	140,970.00	5.4%
ESTACIONALIDAD	8.30	7.40	8.40	10.30	8,126,397.99	1.00
COSTO DE VENTAS	52,945.17	47,204.13	53,583.06	65,703.04	8,345,802.29	
VIDEO	38,036.06	33,911.67	38,494.32	47,201.37	8,305,060.80	
VIDEO JUEGOS	2,894.19	2,580.37	2,929.06	3,591.59	8,174,535.36	
DULCERIA	2,084.90	1,858.82	2,110.02	2,587.28	8,172,331.87	
ART-VTA.	9,360.41	8,345.42	9,473.18	11,615.93	8,203,314.73	
VIDEO-VIRG.	569.61	507.85	576.48	706.87	8,170,602.20	
UTILIDAD BRUTA	162,947.71	145,278.68	164,910.93	202,212.22	8,843,817.41	
COSTO. DE ADMON.	49,394.38	48,106.82	49,537.44	52,255.61	8,432,548.56	
SUELDOS Y SALARIOS	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	8,297,975.34	
% REMUNERACIONES	150.00	150.00	150.00	150.00	8,238,575.34	
% FONDO RETIRO	300.00	300.00	300.00	300.00	8,239,175.34	
% INFONAVIT	750.00	750.00	750.00	750.00	8,240,975.34	
8% IMSS	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	8,248,775.34	
CONTABILIDAD	909.00	909.00	909.00	909.00	8,241,611.34	
TELEFONO	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	8,242,775.34	
ELECTRICIDAD	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	8,251,975.34	
AGUA	50.00	50.00	50.00	50.00	8,238,175.34	
PAPELERIA	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	8,249,975.34	
DEPRECIACION	8,561.27	8,561.27	8,561.27	8,561.27	8,272,220.42	
5% PUBLICIDAD	9,715.18	8,661.73	9,832.23	12,056.19	8,278,240.66	
LETES Y ACARREOS	200.00	200.00	200.00	200.00	8,242,638.00	
% MANTENIMIENTO	2,158.93	1,924.83	2,184.94	2,679.15	8,250,785.85	
SEGUROS Y FIANZAS	850.00	850.00	850.00	850.00	8,246,096.37	
PROVISIONES	350.00	350.00	350.00	350.00	8,244,096.37	
0% RENTA INMUEBLE	21,589.29	19,248.28	21,849.40	26,791.53	8,332,174.86	
0% REGALIAS POR FR	21,589.29	19,248.28	21,849.40	26,791.53	8,340,758.55	
COSTOS. OPERACION	92,572.95	86,603.39	93,236.24	105,838.66	8,638,114.99	
UTILIDAD ANTES IMPU	70,374.75	58,675.29	71,674.69	96,373.56	8,578,850.47	

5.2.1 PAGOS PROVISIONALES DE ISR

MES DE MARZO	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	849,696.82
/ INGRESOS NOMINALES	2,601,119.00
= COEFICIENTE UTILIDAD	0.33
* INGRESOS	582,650.66
= UTILIDAD	190,332.09
* 35%	66,616.23
= PAGO PROVISIONAL ABRIL	66,616.23

MES DE ABRIL	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	849,696.82
/ INGRESOS NOMINALES	2,601,119.00
= COEFICIENTE UTILIDAD	0.33
* INGRESOS	808,948.01
= UTILIDAD	264,255.71
* 35%	92,489.50
- PAGO PROVISIONAL	66,616.23
= PAGO PROVISIONAL MAYO	25,873.27

MES DE MAYO	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	849,696.82
/ INGRESOS NOMINALES	2,601,119.00
= COEFICIENTE UTILIDAD	0.33
* INGRESOS	1,001,430.82
= UTILIDAD	327,133.28
* 35%	114,496.65
- PAGOS PROVISIONALES	92,489.50
= PAGO PROVISIONAL JUNIO	22,007.15

MES DE JUNIO	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	849,696.82
/ INGRESOS NOMINALES	2,601,119.00
= COEFICIENTE UTILIDAD	0.33
* INGRESOS	1,204,318.10
= UTILIDAD	393,409.63
* 35%	137,693.37
- PAGOS PROVISIONALES	114,496.65
= PAGO PROVISIONAL JULIO	23,196.72

MES DE JULIO	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	849,696.82
/ INGRESOS NOMINALES	2,601,119.00
= COEFICIENTE UTILIDAD	0.33
* INGRESOS	1,459,227.76
= UTILIDAD	476,679.92
* 35%	166,837.97
- PAGOS PROVISIONALES	137,693.37
= PAGO PROVISIONAL AGOSTO	29,144.60

MES DE AGOSTO	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	849,696.82
/ INGRESOS NOMINALES	2,601,119.00
= COEFICIENTE UTILIDAD	0.33
* INGRESOS	1,706,334.06
= UTILIDAD	557,401.11
* 35%	195,090.39
- PAGOS PROVISIONALES	166,837.97
= PAGO PROVISIONAL SEPTIEMBRE	28,252.42

MES DE SEPTIEMBRE	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	849,696.82
/ INGRESOS NOMINALES	2,601,119.00
= COEFICIENTE UTILIDAD	0.33
* INGRESOS	1,922,226.94
= UTILIDAD	627,925.95
* 35%	219,774.08
- PAGOS PROVISIONALES	195,090.39
= PAGO PROVISIONAL OCTUBRE	24,683.69

MES DE OCTUBRE	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	849,696.82
/ INGRESOS NOMINALES	2,601,119.00
= COEFICIENTE UTILIDAD	0.33
* INGRESOS	2,114,709.75
= UTILIDAD	690,803.51
* 35%	241,781.23
- PAGOS PROVISIONALES	219,774.08
= PAGO PROVISIONAL NOVIEMBRE	22,007.15

MES DE NOVIEMBRE	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	849,696.82
/ INGRESOS NOMINALES	2,601,119.00
= COEFICIENTE UTILIDAD	0.33
* INGRESOS	2,333,203.74
= UTILIDAD	762,178.05
* 35%	266,762.32
- PAGOS PROVISIONALES	241,781.23
= PAGO PROVISIONAL DICIEMBRE	24,981.09

A&O 4

MES DE DICIEMBRE	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	849,696.82
/ INGRESOS NOMINALES	2,601,119.00
= COEFICIENTE UTILIDAD	0.33
* INGRESOS	2,601,119.00
= UTILIDAD	849,696.82
* 35%	297,393.89
- PAGOS PROVISIONALES	266,762.32
= PAGO PROVISIONAL ENERO	30,631.57

MES DE ENERO	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	849,696.82
/ INGRESOS NOMINALES	2,601,119.00
= COEFICIENTE UTILIDAD	0.33
* INGRESOS	192,482.81
= UTILIDAD	62,877.56
* 35%	22,007.15
= PAGO PROVISIONAL FEBRERO	22,007.15

MES DE FEBRERO	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	849,696.82
/ INGRESOS NOMINALES	2,601,119.00
= COEFICIENTE UTILIDAD	0.33
* INGRESOS	382,364.49
= UTILIDAD	124,905.43
* 35%	43,716.90
- PAGOS PROVISIONALES	22,007.15
= PAGO PROVISIONAL MARZO	21,709.75

MES DE MARZO

	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	849,696.82
/	INGRESOS NOMINALES	2,601,119.00
=	COEFICIENTE UTILIDAD	0.33
*	INGRESOS	582,650.66
=	UTILIDAD	190,332.09
*	35%	66,616.23
-	PAGOS PROVISIONALES	43,716.90
=	PAGO PROVISIONAL ABRIL	22,899.33

MES DE ABRIL

	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	849,696.82
/	INGRESOS NOMINALES	2,601,119.00
=	COEFICIENTE UTILIDAD	0.33
*	INGRESOS	808,948.01
=	UTILIDAD	264,255.71
*	35%	92,489.50
-	PAGOS PROVISIONALES	66,616.23
=	PAGO PROVISIONAL MAYO	25,873.27

5.2.3 CALCULO DE DEPRECIACIONES A&O 1

			ENE	FEB	MAR	ABR
ACONDICIONAMIENTO	444,600.00	6%	2,223.00	2,223.00	2,223.00	2,223.00
MOBILIARIO Y EQ. DE OFICINA	270,592.00	10%	2,254.93	2,254.93	2,254.93	2,254.93
EQUIPO DE COMPUTO	140,000.00	25%	2,916.67	2,916.67	2,916.67	2,916.67
ANUNCIOS Y SE&ALIZACION	140,000.00	10%	1,166.67	1,166.67	1,166.67	1,166.67
TOTAL	995,192.00		8,561.27	8,561.27	8,561.27	8,561.27
ACTIVO DEPRECIADO			986,630.73	978,069.46	969,508.19	960,946.92
			MAY	JUN	JUL	AGO
ACONDICIONAMIENTO	444,600.00	6%	2,223.00	2,223.00	2,223.00	2,223.00
MOBILIARIO Y EQ. DE OFICINA	270,592.00	10%	2,254.93	2,254.93	2,254.93	2,254.93
EQUIPO DE COMPUTO	140,000.00	25%	2,916.67	2,916.67	2,916.67	2,916.67
ANUNCIOS Y SE&ALIZACION	140,000.00	10%	1,166.67	1,166.67	1,166.67	1,166.67
TOTAL	995,192.00		8,561.27	8,561.27	8,561.27	8,561.27
ACTIVO DEPRECIADO			952,385.65	943,824.38	935,263.11	926,701.84
			SEP	OCT	NOV	DIC
ACONDICIONAMIENTO	444,600.00	6%	2,223.00	2,223.00	2,223.00	2,223.00
MOBILIARIO Y EQ. DE OFICINA	270,592.00	10%	2,254.93	2,254.93	2,254.93	2,254.93
EQUIPO DE COMPUTO	140,000.00	25%	2,916.67	2,916.67	2,916.67	2,916.67
ANUNCIOS Y SE&ALIZACION	140,000.00	10%	1,166.67	1,166.67	1,166.67	1,166.67
TOTAL	995,192.00		8,561.27	8,561.27	8,561.27	8,561.27
ACTIVO DEPRECIADO			918,140.57	909,579.30	901,018.03	892,456.76
TERRENO	1,100,000.00					
+ CONSTRUCCION	296,400.00					
= TOTAL	1,396,400.00					
/ RENTA DEL LOCAL ANUAL	1,396,400.00	/	234,100.80	5.96		
= 5 A&OS 11 MESES						

5.3 FLUJO DE EFECTIVO MENSUAL A&O 1

	ENE	FEB	MAR	ABR
COSTO DE VENTA ANTERIOR	0.00	47,204.13	46,566.23	49,117.81
+ GASTOS ADMINISTRATIVOS	48,106.82	47,963.76	48,536.01	49,966.62
+ RENTAS	19,248.28	18,988.17	20,028.62	22,629.74
+ REGALIAS	19,248.28	18,988.17	20,028.62	22,629.74

= SUB TOTAL	86,603.39	133,144.23	135,159.47	144,343.90
- DEPRECIACIONES	8,561.27	8,561.27	8,561.27	8,561.27
- PROVISIONES	350.00	350.00	350.00	350.00

= SUB TOTAL	77,692.12	124,232.96	126,248.20	135,432.63
+ IVA MES ANTERIOR	0.00	19,248.28	18,988.17	20,028.62

= SUB TOTAL	77,692.12	143,481.24	145,236.37	155,461.25

VENTAS TOTALES SIN IVA	192,482.81	189,881.69	200,286.16	226,297.35
VENTAS TOTALES CON IVA	211,731.09	208,869.86	220,314.78	248,927.09
- TOTAL DE GASTOS	77,692.12	143,481.24	145,236.37	155,461.25
- 10,000 CAJA CHICA PRIMER	10,000.00			

= FLUJO EFECTIVO DEL MES	124,038.97	65,388.62	75,078.41	93,465.84

FLUJO DE EFECTIVO MENSUAL A&O 1

	MAY	JUN	JUL	AGO
COSTO DE VENTA ANTERIOR	55,496.74	47,204.13	49,755.70	62,513.57
+ GASTOS ADMINISTRATIVOS	48,106.82	48,679.07	51,540.30	51,111.12
+ RENTAS	19,248.28	20,288.73	25,490.97	24,710.63
+ REGALIAS	19,248.28	20,288.73	25,490.97	24,710.63

= SUB TOTAL	142,100.13	136,460.65	152,277.93	163,045.95
- DEPRECIACIONES	8,561.27	8,561.27	8,561.27	8,561.27
- PROVISIONES	350.00	350.00	350.00	350.00

= SUB TOTAL	133,188.86	127,549.38	143,366.66	154,134.68
+ IVA MES ANTERIOR	22,629.74	19,248.28	20,288.73	25,490.97

= SUB TOTAL	155,818.59	146,797.66	163,655.39	179,625.65

VENTAS TOTALES SIN IVA	192,482.81	202,887.28	254,909.66	247,106.31
VENTAS TOTALES CON IVA	211,731.09	223,176.01	280,400.63	271,816.94
- TOTAL DE GASTOS	155,818.59	146,797.66	163,655.39	179,625.65
- 10,000 CAJA CHICA PRIMER MES				

= FLUJO EFECTIVO DEL MES	55,912.49	76,378.35	116,745.24	92,191.29

FLUJO DE EFECTIVO MENSUAL A&O 1

	SEP	OCT	NOV	DEC
COSTO DE VENTA ANTERIOR	60,599.89	52,945.17	47,204.13	53,583.06
+ GASTOS ADMINISTRATIVOS	49,394.38	48,106.82	49,537.44	52,255.61
+ RENTAS	21,589.29	19,248.28	21,849.40	26,791.53
+ REGALIAS	21,589.29	19,248.28	21,849.40	26,791.53

= SUB TOTAL	153,172.85	139,548.55	140,440.37	159,421.72
- DEPRECIACIONES	8,561.27	8,561.27	8,561.27	8,561.27
- PROVISIONES	350.00	350.00	350.00	350.00

= SUB TOTAL	144,261.58	130,637.28	131,529.10	150,510.45
+ IVA MES ANTERIOR	24,710.63	21,589.29	19,248.28	21,849.40

= SUB TOTAL	168,972.21	152,226.57	150,777.38	172,359.85

VENTAS TOTALES SIN IVA	215,892.88	192,482.81	218,494.00	267,915.26
VENTAS TOTALES CON IVA	237,482.16	211,731.09	240,343.40	294,706.78
- TOTAL DE GASTOS	168,972.21	152,226.57	150,777.38	172,359.85
- 10,000 CAJA CHICA PRIMER MES				

= FLUJO EFECTIVO DEL MES	68,509.96	59,504.51	89,566.02	122,346.93

FLUJO DE EFECTIVO MENSUAL A&O 2

	ENE
COSTO DE VENTA ANTERIOR	65,703.04
+ GASTOS ADMINISTRATIVOS	48,106.82
+ RENTAS	19,248.28
+ REGALIAS	19,248.28

= SUB TOTAL	152,306.43
- DEPRECIACIONES	8,561.27
- PROVISIONES	350.00

= SUB TOTAL	143,395.16
+ IVA MES ANTERIOR	26,791.53

= SUB TOTAL	170,186.68

VENTAS TOTALES SIN IVA	192,482.81
VENTAS TOTALES CON IVA	211,731.09
- TOTAL DE GASTOS	170,186.68

= FLUJO EFECTIVO DEL MES	41,544.40

5.3.1 FLUJO EFECTIVO DEL MES	ENE	FEB	MAR	ABR
A&O 1				
FLUJO A. IMPTOS./INTERES	124,038.97	65,388.62	75,078.41	93,465.84
+ ACUMULADO		125,486.09	193,101.58	271,308.76

= SUB TOTAL		190,874.71	268,179.99	364,774.60
* INTERESES	14%	1,447.12	2,226.87	4,255.70

= TOTAL	125,486.09	67,615.49	78,207.17	97,721.54
ACUMULADO	125,486.09	193,101.58	271,308.76	369,030.30

FLUJO EFECTIVO DEL MES	MAY	JUN	JUL	AGO
A&O 1				
FLUJO A. IMPTOS./INTERES	55,912.49	76,378.35	116,745.24	92,191.29
+ ACUMULADO	369,030.30	429,900.46	512,185.39	636,268.15

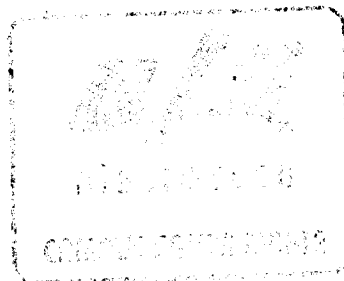
= SUB TOTAL	424,942.79	506,278.80	628,930.62	728,459.44
* INTERESES	14%	4,957.67	5,906.59	8,498.69

= TOTAL	60,870.16	82,284.93	124,082.76	100,689.98
ACUMULADO	429,900.46	512,185.39	636,268.15	736,958.13

FLUJO EFECTIVO DEL MES	SEP	OCT	NOV	DIC
A&O 1				
FLUJO A. IMPTOS./INTERES	68,509.96	59,504.51	89,566.02	122,346.93
+ ACUMULADO	736,958.13	814,865.22	884,570.71	985,501.66

= SUB TOTAL	805,468.09	874,369.73	974,136.73	1,107,848.59
* INTERESES	14%	9,397.13	10,200.98	12,924.90

= TOTAL	77,907.09	69,705.49	100,930.95	135,271.83
ACUMULADO	814,865.22	884,570.71	985,501.66	1,120,773.49



5.3.2 FLUJO EFECTIVO DEL MES	ENE	FEB	MAR	ABR
A&O 2				
FLUJO A. IMPTOS./INTERES	41,544.40	65,388.62	75,078.41	93,465.84
DECLARACION ISR/R (140,534.57)				
+ ACUMULADO	909,204.63	961,841.11	1,039,214.07	1,127,292.56

= SUB TOTAL	950,749.03	1,027,229.73	1,114,292.48	1,220,758.40
* INTERESES 14%	11,092.07	11,984.35	13,000.08	14,242.18

= TOTAL ACUMULADO	52,636.48 961,841.11	77,372.97 1,039,214.07	88,078.49 1,127,292.56	107,708.02 1,235,000.58

FLUJO EFECTIVO DEL MES	MAY	JUN	JUL	AGO
A&O 2				
FLUJO A. IMPTOS./INTERES	55,912.49	76,378.35	116,745.24	92,191.29
DECLARACION ISR/R (140,534.57)				
+ ACUMULADO	1,235,000.58	1,305,973.72	1,398,479.51	1,532,902.37

= SUB TOTAL	1,290,913.07	1,382,352.07	1,515,224.75	1,625,093.66
* INTERESES 14%	15,060.65	16,127.44	17,677.62	18,959.43

= TOTAL ACUMULADO	70,973.15 1,305,973.72	92,505.79 1,398,479.51	134,422.86 1,532,902.37	111,150.71 1,644,053.08

FLUJO EFECTIVO DEL MES	SEP	OCT	NOV	DIC
A&O 2				
FLUJO A. IMPTOS./INTERES	68,509.96	59,504.51	89,566.02	122,346.93
DECLARACION ISR/R (140,534.57)				
+ ACUMULADO	1,644,053.08	1,732,542.94	1,812,954.68	1,924,716.77

= SUB TOTAL	1,712,563.04	1,792,047.46	1,902,520.70	2,047,063.70
* INTERESES 14%	19,979.90	20,907.22	22,196.07	23,882.41

= TOTAL ACUMULADO	88,489.86 1,732,542.94	80,411.73 1,812,954.68	111,762.09 1,924,716.77	146,229.34 2,070,946.11

5.3.3 FLUJO EFECTIVO DEL MES

	ENE	FEB	MAR	ABR
A&O 3				
FLUJO A. IMPTOS./INTERES	41,544.40	65,388.62	75,078.41	93,465.84
- DECLAR. ISR/PTU EJERC. AN	709,162.25		319,123.01	
+ ACUMULADO	2,070,946.11	2,137,136.24		1,984,176.38
- PAGO PROVISIONAL ISR				66,616.23

= SUB TOTAL	2,112,490.52	2,202,524.86		2,011,025.98
* INTERESES	14%	24,645.72	25,696.12	23,461.97

= TOTAL	66,190.13	91,084.74	(244,044.61)	50,311.58
ACUMULADO	2,137,136.24	2,228,220.98	1,984,176.38	2,034,487.95

FLUJO EFECTIVO DEL MES

	MAY	JUN	JUL	AGO
A&O 3				
FLUJO A. IMPTOS./INTERES	55,912.49	76,378.35	116,745.24	92,191.29
- DECLAR. ISR/PTU EJERC. ANT.				
+ ACUMULADO	2,034,487.95	2,088,613.33	2,167,986.01	2,287,919.10
- PAGO PROVISIONAL ISR	25,873.27	22,007.15	23,196.72	29,144.60

= SUB TOTAL	2,064,527.18	2,142,984.53	2,261,534.53	2,350,965.78
* INTERESES	14%	24,086.15	25,001.49	27,427.93

= TOTAL	54,125.37	79,372.68	119,933.08	90,474.62
ACUMULADO	2,088,613.33	2,167,986.01	2,287,919.10	2,378,393.72

FLUJO EFECTIVO DEL MES

	SEP	OCT	NOV	DIC
A&O 3				
FLUJO A. IMPTOS./INTERES	68,509.96	59,504.51	89,566.02	122,346.93
- DECLAR. ISR/PTU EJERC. ANT.				
+ ACUMULADO	68,820.34	110,350.45	146,864.94	216,925.42
- PAGO PROVISIONAL ISR	28,252.42	24,683.69	22,007.15	24,981.09

= SUB TOTAL	109,077.88	145,171.28	214,423.81	314,291.27
* INTERESES	14%	1,272.58	1,693.66	3,666.73

= TOTAL	41,530.11	36,514.49	70,060.48	101,032.58
ACUMULADO	2,419,923.83	2,456,438.32	2,526,498.80	2,627,531.38

5.3.4 FLUJO EFECTIVO DEL MES		ENE	FEB	MAR	ABR
A&O 4					
	FLUJO A. IMPTOS./INTERES	41,544.40	65,388.62	75,078.41	93,465.84
-	DECLAR. PTU EJERC. ANT.	849,696.82		84,969.68	
+	ACUMULADO	317,958.00	332,707.66		348,875.81
-	PAGO PROVISIONAL ISR	30,631.57	22,007.15	21,709.75	22,899.33

=	SUB TOTAL	328,870.83	376,089.13		419,442.32
*	INTERESES 14%	3,836.83	4,387.71		4,893.49

=	TOTAL ACUMULADO	14,749.66 2,642,281.04	47,769.18 2,690,050.22	(31,601.03) 2,658,449.19	75,460.00 2,733,909.19

FLUJO EFECTIVO DEL MES		MAY	JUN	JUL	AGO
A&O 4					
	FLUJO A. IMPTOS./INTERES	55,912.49	76,378.35	116,745.24	92,191.29
-	DECLAR. PTU EJERC. ANT.				
+	ACUMULADO	424,335.81	459,676.08	520,044.50	620,751.59
-	PAGO PROVISIONAL ISR	25,873.27	22,007.15	23,196.72	29,144.60

=	SUB TOTAL	454,375.04	514,047.28	613,593.01	683,798.28
*	INTERESES 14%	5,301.04	5,997.22	7,158.59	7,977.65

=	TOTAL ACUMULADO	35,340.27 2,769,249.46	60,368.42 2,829,617.87	100,707.10 2,930,324.97	71,024.33 3,001,349.31

FLUJO EFECTIVO DEL MES		SEP	OCT	NOV	DIC
A&O 4					
	FLUJO A. IMPTOS./INTERES	68,509.96	59,504.51	89,566.02	122,346.93
-	DECLAR. PTU EJERC. ANT.				
+	ACUMULADO	691,775.93	740,573.86	784,440.95	861,939.82
-	PAGO PROVISIONAL ISR	28,252.42	24,683.69	22,007.15	24,981.09

=	SUB TOTAL	732,033.47	775,394.68	851,999.82	959,305.66
*	INTERESES 14%	8,540.39	9,046.27	9,940.00	11,191.90

=	TOTAL ACUMULADO	48,797.93 3,050,147.23	43,867.09 3,094,014.33	77,498.87 3,171,513.20	108,557.74 3,280,070.94

5.3.5 FLUJO EFECTIVO DEL MES	ENE	FEB	MAR	ABR
A&O 5				
FLUJO A. IMPTOS./INTERES	41,544.40	65,388.62	75,078.41	93,465.84
- DECLAR. ISR/PTU EJERC. AN	849,696.82		84,969.68	
+ ACUMULADO	970,497.56	992,860.19		1,016,730.11
- PAGO PROVISIONAL ISR	30,631.57	22,007.15	21,709.75	22,899.33

= SUB TOTAL	981,410.40	1,036,241.66		1,087,296.62
* INTERESES	14%	11,449.79	12,089.49	12,685.13

= TOTAL	22,362.62	55,470.96	(31,601.03)	83,251.64
ACUMULADO	3,302,433.56	3,357,904.52	3,326,303.49	3,409,555.13

FLUJO EFECTIVO DEL MES	MAY	JUN	JUL	AGO
A&O 5				
FLUJO A. IMPTOS./INTERES	55,912.49	76,378.35	116,745.24	92,191.29
- DECLAR. ISR/PTU EJERC. ANT.				
+ ACUMULADO	1,099,981.75	1,143,204.55	1,211,547.47	1,320,322.10
- PAGO PROVISIONAL ISR	25,873.27	22,007.15	23,196.72	29,144.60

= SUB TOTAL	1,130,020.98	1,197,575.75	1,305,095.98	1,383,368.79
* INTERESES	14%	13,183.58	13,971.72	15,226.12

= TOTAL	43,222.80	68,342.92	108,774.63	79,185.99
ACUMULADO	3,452,777.93	3,521,120.85	3,629,895.48	3,709,081.47

FLUJO EFECTIVO DEL MES	SEP	OCT	NOV	DIC
A&O 5				
FLUJO A. IMPTOS./INTERES	68,509.96	59,504.51	89,566.02	122,346.93
- DECLAR. ISR/PTU EJERC. ANT.				
+ ACUMULADO	1,399,508.09	1,456,562.90	1,508,783.19	1,594,732.72
- PAGO PROVISIONAL ISR	28,252.42	24,683.69	22,007.15	24,981.09

= SUB TOTAL	1,439,765.63	1,491,383.72	1,576,342.07	1,692,098.57
* INTERESES	14%	16,797.27	17,399.48	18,390.66

= TOTAL	57,054.80	52,220.30	85,949.53	117,106.99
ACUMULADO	3,766,136.27	3,818,356.57	3,904,306.10	4,021,413.10

		$i = 34\%$	
A&O	F.N.E.	F.A. = $1/(1+i)^n$	V.P.N.
0	(2,309,573.38)	1.00	(2,309,573.38)
1	1,120,773.49	0.75	836,398.13
2	950,172.62	0.56	529,167.20
3	556,585.26	0.42	231,322.20
4	652,539.56	0.31	202,389.35
5	741,342.15	0.23	171,591.08
6	741,342.15	0.17	128,053.04
7	741,342.15	0.13	95,561.97
8	741,342.15	0.10	71,314.91
9	741,342.15	0.07	53,220.08
10	741,342.15	0.05	39,716.48
			49,161.05

		$i = 35\%$	
A&O	F.N.E.	F.A. = $1/(1+i)^n$	V.P.N.
0	(2,309,573.38)	1.00	(2,309,573.38)
1	1,120,773.49	0.74	830,202.59
2	950,172.62	0.55	521,356.72
3	556,585.26	0.41	226,219.69
4	652,539.56	0.30	196,458.93
5	741,342.15	0.22	165,329.31
6	741,342.15	0.17	122,466.16
7	741,342.15	0.12	90,715.67
8	741,342.15	0.09	67,196.79
9	741,342.15	0.07	49,775.40
10	741,342.15	0.05	36,870.67
			(2,981.46)

5.4 TIR

$$\text{TIR} = i_1 + [(i_2 - i_1) \text{VPN}_1 / \text{VPN}_1 - \text{VPN}_2]$$

$$\text{TIR} = 34 + [(35 - 34) \quad 49,161.05 \quad 49,161.05 - (2,981.46)]$$

$$\text{TIR} = 34 + [(\quad 1) \quad 49,161.05 \quad 52,142.50]$$

$$\text{TIR} = 34 + (\quad 1) \quad 0.94$$

$$\text{TIR} = 34 + \quad 0.94$$

5.5 P.R.I

	A&O	F.N.E.	F.A.
	0	(2,309,573.38)	(2,309,573.38)
	1	1,120,773.49	(1,188,799.89)
	2	950,172.62	(238,627.27)
N	3	556,585.26	317,958.00
	4	652,539.56	
	5	741,342.15	
	6	741,342.15	
	7	741,342.15	
	8	741,342.15	
	9	741,342.15	
	10	741,342.15	

PRI= (n-1)-[F.A.(N-1)/F.N.E.(n)]

PRI= (3 - 1) (238,627.27) 556,585.26 2.43

PRI= 2 0.43 2.43

PRI= 2 A&OS 6 MESES

5.6 ANALISIS DE SENSIBILIDAD

PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS CON DISMINUCION DEL 26% EN VENTAS

MESES	ENE	FEB	MAR	ABR
VENTAS	142,437.28	140,512.45	148,211.76	167,460.04
VIDEO	100,418.28	99,061.28	104,489.29	118,059.33
VIDEO JUEGOS	9,543.30	9,414.33	9,930.19	11,219.82
DULCERIA	5,555.05	5,479.99	5,780.26	6,530.94
AP. ELECT. R.	854.62	843.07	889.27	1,004.76
VIDEO-VIRG.	569.75	562.05	592.85	669.84
VARIOS	17,804.66	17,564.06	18,526.47	20,932.51
ART-VTA.	7,691.61	7,587.67	8,003.44	9,042.84
ESTACIONALIDAD	7.40	7.30	7.70	8.70
COSTO DE VENTAS	47,204.13	46,566.24	49,117.80	55,496.73
VIDEO	33,911.67	33,453.40	35,286.46	39,869.12
VIDEO JUEGOS	2,580.37	2,545.50	2,684.97	3,033.67
DULCERIA	1,858.82	1,833.71	1,934.18	2,185.37
ART-VTA.	8,345.42	8,232.65	8,683.75	9,811.51
VIDEO-VIRG.	507.85	500.98	528.44	597.06
UTILIDAD BRUTA	95,233.15	93,946.21	99,093.96	111,963.31
GTO. DE ADMON.	48,106.83	47,963.77	48,536.01	49,966.62
SUELDOS Y SALARIOS	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00
1% REMUNERACIONES	150.00	150.00	150.00	150.00
2% FONDO RETIRO	300.00	300.00	300.00	300.00
5% INFONAVIT	750.00	750.00	750.00	750.00
18% IMSS	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00
CONTABILIDAD	909.00	909.00	909.00	909.00
TELEFONO	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00
ELECTRICIDAD	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00
AGUA	50.00	50.00	50.00	50.00
PAPELERIA	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00
DEPRECIACION	8,561.27	8,561.27	8,561.27	8,561.27
PUBLICIDAD	8,661.73	8,544.68	9,012.88	10,183.38
FLETES Y ACARREOS	200.00	200.00	200.00	200.00
1% MANTENIMIENTO	1,924.83	1,898.82	2,002.86	2,262.97
SEGUROS Y FIANZAS	850.00	850.00	850.00	850.00
PROVISIONES	350.00	350.00	350.00	350.00
10% RENTA INMUEBLE	19,248.28	18,988.17	20,028.62	22,629.74
10% REGALIAS POR FRA	19,248.28	18,988.17	20,028.62	22,629.74
GTOS. OPERACION	86,603.39	85,940.11	88,593.25	95,226.10
UTILIDAD ANTES IMPUES	8,629.76	8,006.10	10,500.71	16,737.21

PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS CON DISMINUCION DEL 26% EN VENTAS

MESES	MAY	JUN	JUL	AGO
VENTAS	142,437.28	150,136.59	188,633.15	182,858.67
VIDEO	100,418.28	105,846.29	132,986.37	128,915.36
VIDEO JUEGOS	9,543.30	10,059.15	12,638.42	12,251.53
DULCERIA	5,555.05	5,855.33	7,356.69	7,131.49
AP. ELECT. R.	854.62	900.82	1,131.80	1,097.15
VIDEO-VIRG.	569.75	600.55	754.53	731.43
VARIOS	17,804.66	18,767.07	23,579.14	22,857.33
ART-VTA.	7,691.61	8,107.38	10,186.19	9,874.37
ESTACIONALIDAD	7.40	7.80	9.80	9.50
COSTO DE VENTAS	47,204.13	49,755.70	62,513.57	60,599.90
VIDEO	33,911.67	35,744.73	44,910.04	43,535.25
VIDEO JUEGOS	2,580.37	2,719.84	3,417.24	3,312.63
DULCERIA	1,858.82	1,959.30	2,461.69	2,386.33
ART-VTA.	8,345.42	8,796.53	11,052.05	10,713.72
VIDEO-VIRG.	507.85	535.30	672.55	651.97
UTILIDAD BRUTA	95,233.15	100,380.89	126,119.58	122,258.77
GTO. DE ADMON.	48,106.83	48,679.07	51,540.30	51,111.11
SUELDOS Y SALARIOS	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00
1% REMUNERACIONES	150.00	150.00	150.00	150.00
2% FONDO RETIRO	300.00	300.00	300.00	300.00
5% INFONAVIT	750.00	750.00	750.00	750.00
18% IMSS	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00
CONTABILIDAD	909.00	909.00	909.00	909.00
TELEFONO	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00
ELECTRICIDAD	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00
AGUA	50.00	50.00	50.00	50.00
PAPELERIA	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00
DEPRECIACION	8,561.27	8,561.27	8,561.27	8,561.27
PUBLICIDAD	8,661.73	9,129.93	11,470.93	11,119.78
FLETES Y ACARREOS	200.00	200.00	200.00	200.00
1% MANTENIMIENTO	1,924.83	2,028.87	2,549.10	2,471.06
SEGUROS Y FIANZAS	850.00	850.00	850.00	850.00
PROVISIONES	350.00	350.00	350.00	350.00
10% RENTA INMUEBLE	19,248.28	20,288.73	25,490.97	24,710.63
10% REGALIAS POR FRA	19,248.28	20,288.73	25,490.97	24,710.63
GTOS. OPERACION	86,603.39	89,256.53	102,522.24	100,532.37
UTILIDAD ANTES IMPUES	8,629.76	11,124.36	23,597.34	21,726.39

PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS CON DISMINUCION DEL 26% EN VENTAS

MESES	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL	
VENTAS	159,760.73	142,437.28	161,685.56	198,257.29	1,924,828.06	100.00
VIDEO	112,631.31	100,418.28	113,988.32	139,771.39	1,357,003.78	70.5
VIDEO JUEGOS	10,703.97	9,543.30	10,832.93	13,283.24	128,963.48	6.7
DULCERIA	6,230.67	5,555.05	6,305.74	7,732.03	75,068.29	3.9
AP. ELECT. R.	958.56	854.62	970.11	1,189.54	11,548.97	0.6
VIDEO-VIRG.	639.04	569.75	646.74	793.03	7,699.31	0.4
VARIOS	19,970.09	17,804.66	20,210.69	24,782.16	240,603.51	12.5
ART-VTA.	8,627.08	7,691.61	8,731.02	10,705.89	103,940.72	5.4
ESTACIONALIDAD	8.30	7.40	8.40	10.30	6,307,175.41	1.00
COSTO DE VENTAS	52,945.17	47,204.13	53,583.06	65,703.04	6,526,579.71	
VIDEO	38,036.06	33,911.67	38,494.32	47,201.37	6,485,838.23	
VIDEO JUEGOS	2,894.19	2,580.37	2,929.06	3,591.59	6,355,312.79	
DULCERIA	2,084.90	1,858.82	2,110.02	2,587.28	6,353,109.30	
ART-VTA.	9,360.41	8,345.42	9,473.18	11,615.93	6,384,092.16	
VIDEO-VIRG.	569.61	507.85	576.48	706.87	6,351,379.64	
UTILIDAD BRUTA	106,815.56	95,233.15	108,102.50	132,554.25	6,791,950.76	
GTO. DE ADMON.	49,394.38	48,106.83	49,537.44	52,255.61	6,591,008.39	
SUELDOS Y SALARIOS	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	6,456,435.16	
1% REMUNERACIONES	150.00	150.00	150.00	150.00	6,397,035.16	
2% FONDO RETIRO	300.00	300.00	300.00	300.00	6,397,635.16	
5% INFONAVIT	750.00	750.00	750.00	750.00	6,399,435.16	
18% IMSS	2,700.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	6,407,235.16	
CONTABILIDAD	909.00	909.00	909.00	909.00	6,400,071.16	
TELEFONO	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	6,401,235.16	
ELECTRICIDAD	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	6,410,435.16	
AGUA	50.00	50.00	50.00	50.00	6,396,635.16	
PAPELERIA	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	6,408,435.16	
DEPRECIACION	8,561.27	8,561.27	8,561.27	8,561.27	6,430,680.24	
PUBLICIDAD	9,715.18	8,661.73	9,832.23	12,056.19	6,436,700.49	
FLETES Y ACARREOS	200.00	200.00	200.00	200.00	6,401,097.82	
1% MANTENIMIENTO	2,158.93	1,924.83	2,184.94	2,679.15	6,409,245.67	
SEGUROS Y FIANZAS	850.00	850.00	850.00	850.00	6,404,556.19	
PROVISIONES	350.00	350.00	350.00	350.00	6,402,556.19	
10% RENTA INMUEBLE	21,589.29	19,248.28	21,849.40	26,791.53	6,490,634.69	
10% REGALIAS POR FRANQ.	21,589.29	19,248.28	21,849.40	26,791.53	6,499,218.38	
GTOS. OPERACION	92,572.96	86,603.39	93,236.24	105,838.67	6,796,574.83	
UTILIDAD ANTES IMPUESTO	14,242.60	8,629.76	14,866.26	26,715.58	6,504,666.17	

FLUJO DE EFECTIVO MENSUAL A&O 1

	ENE	FEB	MAR	ABR
COSTO DE VENTA ANTERIOR	0.00	47,204.13	46,566.24	49,117.80
+ GASTOS ADMINISTRATIVOS	48,106.83	47,963.77	48,536.01	49,966.62
+ RENTAS	19,248.28	18,988.17	20,028.62	22,629.74
+ REGALIAS	19,248.28	18,988.17	20,028.62	22,629.74

= SUB TOTAL	86,603.39	133,144.24	135,159.49	144,343.90
- DEPRECIACIONES	8,561.27	8,561.27	8,561.27	8,561.27
- PROVISIONES	350.00	350.00	350.00	350.00

= SUB TOTAL	77,692.12	124,232.97	126,248.22	135,432.63
+ IVA MES ANTERIOR	0.00	14,243.73	14,051.24	14,821.18

= SUB TOTAL	77,692.12	138,476.69	140,299.47	150,253.81

VENTAS TOTALES SIN IVA	142,437.28	140,512.45	148,211.76	167,460.04
VENTAS TOTALES CON IVA	156,681.00	154,563.69	163,032.94	184,206.05
- TOTAL DE GASTOS	77,692.12	138,476.69	140,299.47	150,253.81
- 10,000 CAJA CHICA PRIMER MES	10,000.00			

= FLUJO EFECTIVO DEL MES	68,988.89	16,087.00	22,733.47	33,952.24

FLUJO DE EFECTIVO MENSUAL A&O 1

	MAY	JUN	JUL	AGO
COSTO DE VENTA ANTERIOR	55,496.73	47,204.13	49,755.70	62,513.57
+ GASTOS ADMINISTRATIVOS	48,106.83	48,679.07	51,540.30	51,111.11
+ RENTAS	19,248.28	20,288.73	25,490.97	24,710.63
+ REGALIAS	19,248.28	20,288.73	25,490.97	24,710.63

= SUB TOTAL	142,100.12	136,460.66	152,277.94	163,045.94
- DEPRECIACIONES	8,561.27	8,561.27	8,561.27	8,561.27
- PROVISIONES	350.00	350.00	350.00	350.00

= SUB TOTAL	133,188.85	127,549.39	143,366.67	154,134.67
+ IVA MES ANTERIOR	16,746.00	14,243.73	15,013.66	18,863.31

= SUB TOTAL	149,934.85	141,793.12	158,380.33	172,997.99

VENTAS TOTALES SIN IVA	142,437.28	150,136.59	188,633.15	182,858.67
VENTAS TOTALES CON IVA	156,681.00	165,150.25	207,496.46	201,144.53
- TOTAL DE GASTOS	149,934.85	141,793.12	158,380.33	172,997.99
- 10,000 CAJA CHICA PRIMER MES				

= FLUJO EFECTIVO DEL MES	6,746.15	23,357.13	49,116.14	28,146.54

FLUJO DE EFECTIVO MENSUAL A&O 1

	SEP	OCT	NOV	DIC
COSTO DE VENTA ANTERIOR	60,599.90	52,945.17	47,204.13	53,583.06
+ GASTOS ADMINISTRATIVOS	49,394.38	48,106.83	49,537.44	52,255.61
+ RENTAS	21,589.29	19,248.28	21,849.40	26,791.53
+ REGALIAS	21,589.29	19,248.28	21,849.40	26,791.53

= SUB TOTAL	153,172.86	139,548.56	140,440.37	159,421.73
- DEPRECIACIONES	8,561.27	8,561.27	8,561.27	8,561.27
- PROVISIONES	350.00	350.00	350.00	350.00

= SUB TOTAL	144,261.59	130,637.29	131,529.10	150,510.46
+ IVA MES ANTERIOR	18,285.87	15,976.07	14,243.73	16,168.56

= SUB TOTAL	162,547.46	146,613.36	145,772.83	166,679.02

VENTAS TOTALES SIN IVA	159,760.73	142,437.28	161,685.56	198,257.29
VENTAS TOTALES CON IVA	175,736.80	156,681.00	177,854.11	218,083.02
- TOTAL DE GASTOS	162,547.46	146,613.36	145,772.83	166,679.02
- 10,000 CAJA CHICA PRIMER MES				

= FLUJO EFECTIVO DEL MES	13,189.35	10,067.64	32,081.29	51,404.00

FLUJO DE EFECTIVO MENSUAL A&O 2

	ENE
COSTO DE VENTA ANTERIOR	65,703.04
+ GASTOS ADMINISTRATIVOS	48,106.83
+ RENTAS	19,248.28
+ REGALIAS	19,248.28

= SUB TOTAL	152,306.43
- DEPRECIACIONES	8,561.27
- PROVISIONES	350.00

= SUB TOTAL	143,395.16
+ IVA MES ANTERIOR	19,825.73

= SUB TOTAL	163,220.89

VENTAS TOTALES SIN IVA	142,437.28
VENTAS TOTALES CON IVA	156,681.00
- TOTAL DE GASTOS	163,220.89
- 10,000 CAJA CHICA PRIMER MES	

= FLUJO EFECTIVO DEL MES	(6,539.88)

FLUJO EFECTIVO DEL MES	ENE	FEB	MAR	ABR
A&O 1				
FLUJO A. IMPTOS./INTERES	68,988.89	16,087.00	22,733.47	33,952.24
+ ACUMULADO		69,793.76	86,882.70	110,895.02

= SUB TOTAL		85,880.75	109,616.17	144,847.26
* INTERESES	14%	804.87	1,001.94	1,689.88

= TOTAL	69,793.76	17,088.94	24,012.33	35,642.12
ACUMULADO	69,793.76	86,882.70	110,895.02	146,537.14

FLUJO EFECTIVO DEL MES	MAY	JUN	JUL	AGO
A&O 1				
FLUJO A. IMPTOS./INTERES	6,746.15	23,357.13	49,116.14	28,146.54
+ ACUMULADO	146,537.14	155,071.60	180,510.39	232,305.51

= SUB TOTAL	153,283.29	178,428.73	229,626.53	260,452.05
* INTERESES	14%	1,788.31	2,081.67	3,038.61

= TOTAL	8,534.46	25,438.80	51,795.12	31,185.15
ACUMULADO	155,071.60	180,510.39	232,305.51	263,490.66

FLUJO EFECTIVO DEL MES	SEP	OCT	NOV	DIC
A&O 1				
FLUJO A. IMPTOS./INTERES	13,189.35	10,067.64	32,081.29	51,404.00
+ ACUMULADO	263,490.66	279,907.94	293,358.63	329,236.72

= SUB TOTAL	276,680.01	289,975.58	325,439.92	380,640.72
* INTERESES	14%	3,227.93	3,383.05	4,440.81

= TOTAL	16,417.28	13,450.69	35,878.08	55,844.81
ACUMULADO	279,907.94	293,358.63	329,236.72	385,081.53

FLUJO EFECTIVO DEL MES	ENE	FEB	MAR	ABR
A&O 2				
FLUJO A. IMPTOS./INTERES	(6,539.88)	16,087.00	22,733.47	33,952.24
DECLARACION ISR/R (140,534.57)				
+ ACUMULADO	909,204.63	913,195.84	940,124.47	974,091.28

= SUB TOTAL	902,664.75	929,282.83	962,857.94	1,008,043.52
* INTERESES 14%	10,531.09	10,841.63	11,233.34	11,760.51

= TOTAL	3,991.21	26,928.63	33,966.81	45,712.74
ACUMULADO	913,195.84	940,124.47	974,091.28	1,019,804.02

FLUJO EFECTIVO DEL MES	MAY	JUN	JUL	AGO
A&O 2				
FLUJO A. IMPTOS./INTERES	6,746.15	23,357.13	49,116.14	28,146.54
DECLARACION ISR/R (140,534.57)				
+ ACUMULADO	1,019,804.02	1,038,526.59	1,074,272.36	1,136,494.70

= SUB TOTAL	1,026,550.17	1,061,883.72	1,123,388.50	1,164,641.25
* INTERESES 14%	11,976.42	12,388.64	13,106.20	13,587.48

= TOTAL	18,722.57	35,745.77	62,222.34	41,734.03
ACUMULADO	1,038,526.59	1,074,272.36	1,136,494.70	1,178,228.73

FLUJO EFECTIVO DEL MES	SEP	OCT	NOV	DIC
A&O 2				
FLUJO A. IMPTOS./INTERES	13,189.35	10,067.64	32,081.29	51,404.00
DECLARACION ISR/R (140,534.57)				
+ ACUMULADO	1,178,228.73	1,205,317.95	1,229,565.09	1,276,365.59

= SUB TOTAL	1,191,418.07	1,215,385.59	1,261,646.38	1,327,769.59
* INTERESES 14%	13,899.88	14,179.50	14,719.21	15,490.65

= TOTAL	27,089.22	24,247.14	46,800.49	66,894.65
ACUMULADO	1,205,317.95	1,229,565.09	1,276,365.59	1,343,260.23

FLUJO EFECTIVO DEL MES		ENE	FEB	MAR	ABR
A&O 3					
FLUJO A. IMPTOS./INTERES		(6,539.88)	16,087.00	22,733.47	33,952.24
-	DECLAR. ISR/PTU EJERC. ANT.			319,123.01	
+	ACUMULADO	1,343,260.23	1,352,315.42		1,087,977.57
-	PAGO PROVISIONAL ISR				49,296.01

=	SUB TOTAL	1,336,720.35	1,368,402.42		1,072,633.79
*	INTERESES	15,595.07	15,964.69		12,514.06

=	TOTAL ACUMULADO	9,055.19	32,051.69	(296,389.54)	(2,829.71)
		1,352,315.42	1,384,367.11	1,087,977.57	1,085,147.86

FLUJO EFECTIVO DEL MES		MAY	JUN	JUL	AGO
A&O 3					
FLUJO A. IMPTOS./INTERES		6,746.15	23,357.13	49,116.14	28,146.54
-	DECLAR. ISR/PTU EJERC. ANT.				
+	ACUMULADO	1,085,147.86	1,085,263.18	1,105,078.93	1,150,294.83
-	PAGO PROVISIONAL ISR	19,146.22	16,285.29	17,165.58	21,567.00

=	SUB TOTAL	1,072,747.79	1,092,335.02	1,137,029.49	1,156,874.37
*	INTERESES	12,515.39	12,743.91	13,265.34	13,496.87

=	TOTAL ACUMULADO	115.32	19,815.75	45,215.91	20,076.41
		1,085,263.18	1,105,078.93	1,150,294.83	1,170,371.24

FLUJO EFECTIVO DEL MES		SEP	OCT	NOV	DIC
A&O 3					
FLUJO A. IMPTOS./INTERES		13,189.35	10,067.64	32,081.29	51,404.00
-	DECLAR. ISR/PTU EJERC. ANT.				
+	ACUMULADO	1,170,371.24	1,176,218.09	1,181,646.70	1,211,412.86
-	PAGO PROVISIONAL ISR	20,906.79	18,265.93	16,285.29	18,486.00

=	SUB TOTAL	1,162,653.80	1,168,019.80	1,197,442.70	1,244,330.86
*	INTERESES	13,564.29	13,626.90	13,970.16	14,517.19

=	TOTAL ACUMULADO	5,846.85	5,428.61	29,766.16	47,435.19
		1,176,218.09	1,181,646.70	1,211,412.86	1,258,848.05

FLUJO EFECTIVO DEL MES		ENE	FEB	MAR	ABR
A&O 4					
	FLUJO A. IMPTOS./INTERES	(6,539.88)	16,087.00	22,733.47	33,952.24
-	DECLAR. PTU EJERC. ANT.	849,696.82		84,969.68	
+	ACUMULADO	1,258,848.05	1,243,986.62		1,179,997.76
-	PAGO PROVISIONAL ISR	22,667.36	16,285.29	16,065.22	16,945.50

=	SUB TOTAL	1,229,640.81	1,243,788.32		1,197,004.49
*	INTERESES	14%	14,345.81	14,510.86	13,965.05

=	TOTAL ACUMULADO	(14,861.44)	14,312.57	(78,301.43)	30,971.78
		1,243,986.62	1,258,299.19	1,179,997.76	1,210,969.54

FLUJO EFECTIVO DEL MES		MAY	JUN	JUL	AGO
A&O 4					
	FLUJO A. IMPTOS./INTERES	6,746.15	23,357.13	49,116.14	28,146.54
-	DECLAR. PTU EJERC. ANT.				
+	ACUMULADO	1,210,969.54	1,212,552.79	1,233,853.58	1,280,571.86
-	PAGO PROVISIONAL ISR	19,146.22	16,285.29	17,165.58	21,567.00

=	SUB TOTAL	1,198,569.48	1,219,624.62	1,265,804.14	1,287,151.40
*	INTERESES	14%	13,983.31	14,228.95	15,016.77

=	TOTAL ACUMULADO	1,583.24	21,300.79	46,718.28	21,596.31
		1,212,552.79	1,233,853.58	1,280,571.86	1,302,168.16

FLUJO EFECTIVO DEL MES		SEP	OCT	NOV	DIC
A&O 4					
	FLUJO A. IMPTOS./INTERES	13,189.35	10,067.64	32,081.29	51,404.00
-	DECLAR. PTU EJERC. ANT.				
+	ACUMULADO	1,302,168.16	1,309,552.64	1,316,536.82	1,347,876.70
-	PAGO PROVISIONAL ISR	20,906.79	18,265.93	16,285.29	18,486.00

=	SUB TOTAL	1,294,450.72	1,301,354.35	1,332,332.82	1,380,794.70
*	INTERESES	14%	15,101.93	15,182.47	16,109.27

=	TOTAL ACUMULADO	7,384.48	6,984.18	31,339.88	49,027.27
		1,309,552.64	1,316,536.82	1,347,876.70	1,396,903.97

FLUJO EFECTIVO DEL MES		ENE	FEB	MAR	ABR
A&O 5					
FLUJO A. IMPTOS./INTERES		(6,539.88)	16,087.00	22,733.47	33,952.24
-	DECLAR. ISR/PTU EJERC. ANT.	849,696.82		84,969.68	
+	ACUMULADO	1,396,903.97	1,383,653.19		1,321,293.77
-	PAGO PROVISIONAL ISR	22,667.36	16,285.29	16,065.22	16,945.50

=	SUB TOTAL	1,367,696.72	1,383,454.89		1,338,300.50
*	INTERESES	15,956.46	16,140.31		15,613.51

=	TOTAL ACUMULADO	(13,250.78)	15,942.02	(78,301.43)	32,620.24
		1,383,653.19	1,399,595.20	1,321,293.77	1,353,914.01

FLUJO EFECTIVO DEL MES		MAY	JUN	JUL	AGO
A&O 5					
FLUJO A. IMPTOS./INTERES		6,746.15	23,357.13	49,116.14	28,146.54
-	DECLAR. ISR/PTU EJERC. ANT.				
+	ACUMULADO	1,353,914.01	1,357,164.94	1,380,152.87	1,428,577.98
-	PAGO PROVISIONAL ISR	19,146.22	16,285.29	17,165.58	21,567.00

=	SUB TOTAL	1,341,513.94	1,364,236.78	1,412,103.44	1,435,157.52
*	INTERESES	15,651.00	15,916.10	16,474.54	16,743.50

=	TOTAL ACUMULADO	3,250.93	22,987.93	48,425.10	23,323.04
		1,357,164.94	1,380,152.87	1,428,577.98	1,451,901.02

FLUJO EFECTIVO DEL MES		SEP	OCT	NOV	DIC
A&O 5					
FLUJO A. IMPTOS./INTERES		13,189.35	10,067.64	32,081.29	51,404.00
-	DECLAR. ISR/PTU EJERC. ANT.				
+	ACUMULADO	1,451,901.02	1,461,032.38	1,469,783.83	1,502,911.59
-	PAGO PROVISIONAL ISR	20,906.79	18,265.93	16,285.29	18,486.00

=	SUB TOTAL	1,444,183.58	1,452,834.10	1,485,579.82	1,535,829.58
*	INTERESES	16,848.81	16,949.73	17,331.76	17,918.01

=	TOTAL ACUMULADO	9,131.36	8,751.44	33,127.76	50,836.01
		1,461,032.38	1,469,783.83	1,502,911.59	1,553,747.59

		$i = 1\%$	
A&O	F.N.E.	F.A. = $1/(1+i)^n$	V.P.N.
0	(2,309,573.38)	1.00	(2,309,573.38)
1	385,081.53	0.99	381,268.84
2	958,178.71	0.98	939,298.80
3	(84,412.18)	0.97	(81,929.63)
4	138,055.92	0.96	132,669.02
5	156,843.63	0.95	149,231.33
6	156,843.63	0.94	147,753.79
7	156,843.63	0.93	146,290.88
8	156,843.63	0.92	144,842.46
9	156,843.63	0.91	143,408.37
10	156,843.63	0.91	141,988.49
			(64,751.03)

		$i = 2\%$	
A&O	F.N.E.	F.A. = $1/(1+i)^n$	V.P.N.
0	(2,309,573.38)	1.00	(2,309,573.38)
1	385,081.53	0.98	377,530.91
2	958,178.71	0.96	920,971.46
3	(84,412.18)	0.94	(79,543.48)
4	138,055.92	0.92	127,542.33
5	156,843.63	0.91	142,058.10
6	156,843.63	0.89	139,272.65
7	156,843.63	0.81	127,528.22
8	156,843.63	0.85	133,864.52
9	156,843.63	0.84	131,239.73
10	156,843.63	0.82	128,666.40
			(160,442.53)

TIR

$$TIR = i_1 + [(i_2 - i_1) \cdot VPN_1 / (VPN_1 - VPN_2)]$$

$$TIR = 1 + [(2 - 1) \cdot (64,751.03) / ((64,751.03) - (160,442.53))]$$

$$TIR = 1 + [(1) \cdot (64,751.03) / 95,691.51]$$

$$TIR = 1 + (1) \cdot (0.68)$$

$$TIR = 1 + (0.68)$$

$$TIR = 0.32$$

P.R.I

A&O	F.N.E.	F.A.
0	(2,309,573.38)	(2,309,573.38)
1	385,081.53	(1,924,491.85)
2	958,178.71	(966,313.15)
3	(84,412.18)	(1,050,725.33)
4	138,055.92	(912,669.41)
5	156,843.63	(755,825.79)
6	156,843.63	(598,982.16)
7	156,843.63	(442,138.53)
8	156,843.63	(285,294.91)
9	156,843.63	(128,451.28)
10	156,843.63	28,392.35

PRI= (n-1)-[F.A.(N-1)/F.N.E.(n)]

PRI= (9 - 1) (285,294.91) 156,843.63 9.82

PRI= 8 1.82 9.82

PRI= 9 A&OS 10 MESES

PUNTO DE EQUILIBRIO

$$\text{TIR} = i_1 + [(i_2 - i_1) \text{VPN1} / \text{VPN1} - \text{VPN2}]$$

$$\text{TIR} = 1 + [(2 - 1) (64,751.03) (64,751.03) - (160,442.53)]$$

$$\text{TIR} = 1 + [(1) (64,751.03) 95,691.51]$$

$$\text{TIR} = 1 + (1) (0.68)$$

$$\text{TIR} = 1 + (0.68)$$

CAPITULO VI

ANALISIS FINANCIERO PARA FRANQUICIANTE

CAPITULO SEXTO: ANALISIS FINANCIERO PARA EL FRANQUICIANTE

Los ingresos que obtiene el franquiciante es el 10% de regalías, sobre ventas brutas, las cuales se representan a continuación:

MES	VENTAS BRUTAS	10% DE REGALIAS
enero	192,482.81	19,248.28
febrero	189,881.69	18,988.17
marzo	200,286.16	20,028.62
abril	226,297.35	22,629.74
mayo	192,482.81	19,248.28
junio	202,887.28	20,288.73
julio	254,909.66	25,490.97
agosto	247,106.31	24,710.63
septiembre	215,892.88	21,589.29
octubre	192,482.81	19,248.28
noviembre	218,498.00	21,849.40
diciembre	267,915.26	26,741.53
T O T A L E S	2,601,119.00	260,111.90

El franquiciante al vender la franquicia, gana no solo en regalías, si no también en el incremento de los puntos de venta, sin necesidad de invertir recursos económicos propios, logrando con esto la consolidación de su marca y su imagen en el mercado nacional.

CAPITULO VII

REPERCUSION SOCIAL

CAPITULO SEPTIMO: REPERCUSION SOCIAL

Una franquicia a la comunidad produce, vende bienes y presta servicios de manera uniforme con los métodos operativos comerciales y administrativos ya establecidos, tendiendo a prestar y mantener a la comunidad la calidad prestigio e imagen de los productos o servicios a los que esta distingue.

Como primer punto podemos definir a la franquicia como el sistema de comercialización de bienes y/o servicios según el cuál una persona física o moral (franquiciante) concede a otra (franquiciatario) por un tiempo determinado el derecho de usar su marca o nombre comercial. Esto repercute en la comunidad en que el franquiciatario puede invertir su dinero en su mismo estado de residencia, proporcionando a la comunidad mas fuentes de trabajo.

La franquicia logra que un mayor número de gente del mismo estado o comunidad con poder adquisitivo puede invertir su dinero en su propio estado y no tener que estar manejando sus inversiones en otros estados de mayor desarrollo industrial o económico, logrando con esto un mayor desarrollo en su propio estado para que este no quede estancado y así otros inversionistas quieran o les interese invertir su dinero en estados donde se note que franquicias están logrando un nuevo apogeo.

En la actualidad nos topamos con una comunidad mucho más exigente en cuanto a calidad, precio y servicio, cuestión de supervivencia, por esto y aunado a todo lo anterior la presencia de una franquicia logra que en esta comunidad exista competencia intensificada, coordinación e integración necesarias para un mercado global.

Sirviendo esto para que empresas que ya tenían su mercado cautivo empiecen a ofrecer un mejor precio o servicio a la comunidad.

Otra repercusión social, sería el desarrollo de conocimientos y cultura que una franquicia da a todos sus empleados mediante una capacitación completa en cuanto a conocimientos bases, conocimientos de computación, de atención y servicio a clientes, esto ayuda a subir el nivel social y cultural de la comunidad, además de las fuentes de trabajo, una franquicia ofrece a sus empleados un salario mayor que el que existe como base o tope en cada estado, logrando con esto elevar el nivel económico de la sociedad.

Por lo mismo de las utilidades de la franquicia, una buena parte va a captación de impuestos, los cuales serían para el mismo estado y esto es beneficio para la comunidad, convirtiéndose estos en servicios públicos en general.

CAPITULO VIII

CONCLUSIONES

CAPITULO OCTAVO: CONCLUSIONES

Considerando un capital inicial para el inversionista de N\$ 2,309,573.38 además del terreno y construcción implicará que en condiciones normales de la demanda como se analizó en el estudio, se tendrá una ganancia del 34.94 % anual promedio durante diez años de operación es decir de N\$ 806,943.97 de ganancia anuales promedio con un período de riesgo de 2 años y 6 meses, es decir que hasta después de este tiempo recupera la inversión con el efectivo que se obtiene de la empresa, teniendo ganancias sobre la inversión, hasta después de este tiempo. En cuanto al riesgo que se pueda presentar por la competencia se tiene un rango de disminución de ingresos hasta de un 26 % sobre las ventas normales, sin que se presenten pérdidas, es decir que con este precio recuperara únicamente la inversión en el período evaluado de 10 años. por lo anterior se considera una gran posibilidad de competir con precio en caso de presentarse una oferta que sature el mercado.

En conclusión se considera una inversión rentable con bajo riesgo financiero.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- (1) HUERDO LANGE Juan, Sistemas de franquicias, p. 8
- (2) IDEM
- (3) IBID p. 21-24
- (4) GRUPO MULTIVIDEO, Manuales corporativos, p. 5
- (5) IBID p. 57
- (6) IBID p. 68
- (7) IBID p. 73
- (8) IBID p. 79
- (9) IBID p. 84

BIBLIOGRAFIA

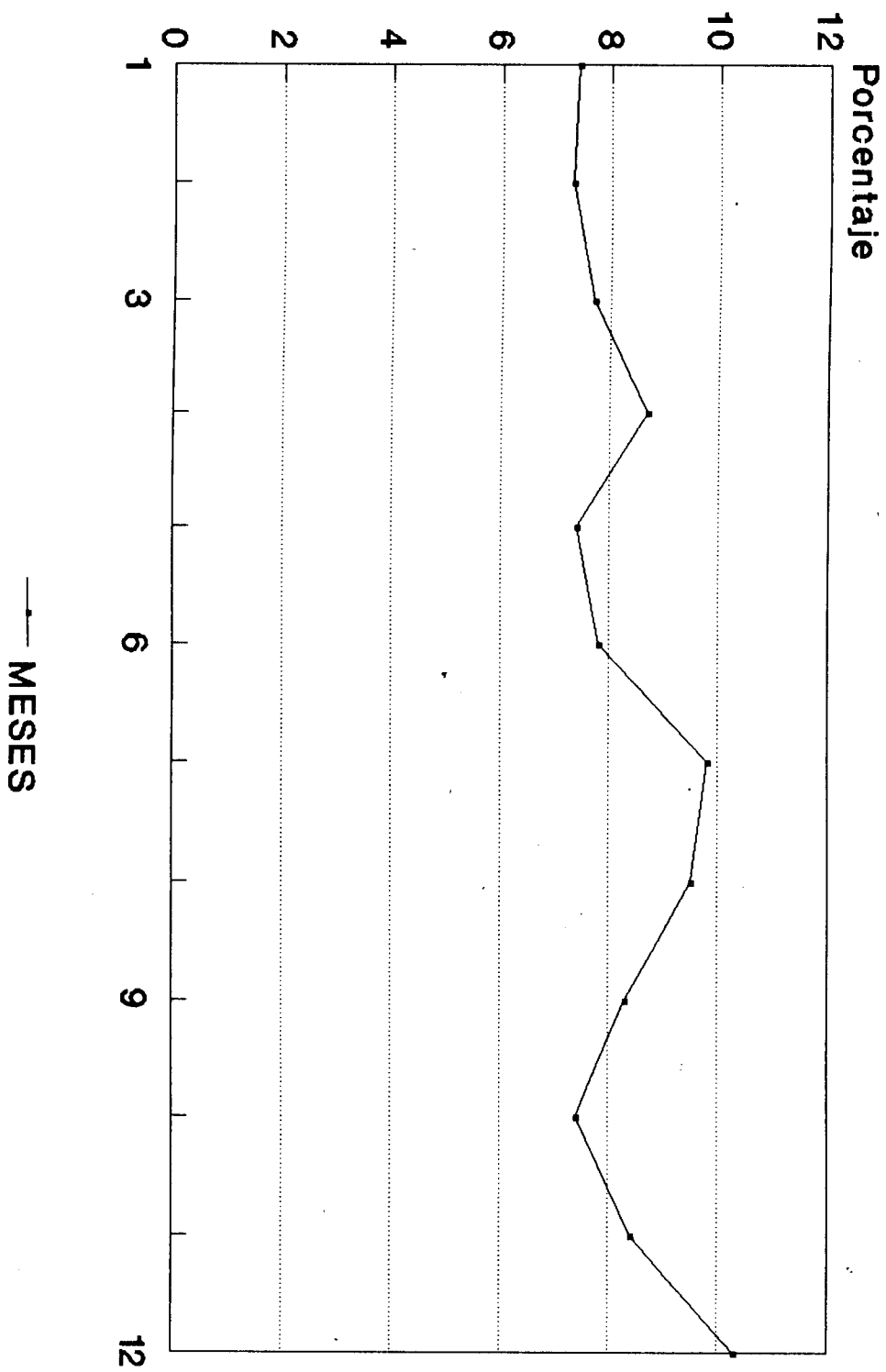
- 1.- HUERDO LANGE JUAN, Sistemas de franquicias

- 2.- ASOCIACION MEXICANA DE FRANQUICIAS, A.C.
Franquicias, Un futuro en su negocio

- 3.- CENTRO INTERNACIONAL DE FRANQUICIAS, S.A. DE C.V.
La fuerza económica de la franquicia

- 4.- GRUPO MULTIVIDEO, Manuales Corporativos

Estacionalidad



ANEXO 2

JUAN HUERDO LANGE

Es Director General del Centro Internacional de Franquicias. Licenciado en Relaciones Industriales y Administración por la Universidad Iberoamericana y la UNAM respectivamente. Ha participado en el desarrollo de diversas empresas por medio del sistema de franquicias, tanto en México como en el extranjero; cuenta, además, con una valiosa experiencia en el mercado nacional en lo que se refiere al fomento y expansión de la pequeña y mediana empresa.

Su actividad profesional ha sido dentro de la Administración Pública ocupando cargos de Dirección y Coordinación en las Secretarías de Gobernación y Programación y Presupuesto, en el Sector Privado se ha desempeñado como Director General de las Cámaras Nacionales de la Industria Hulera así como de las Artes Gráficas.

Sus especialidades abarcan los campos de la Mercadotecnia, el Desarrollo del Sistema de Franquicias, Operaciones, Administración de Recursos Humanos y Relaciones Públicas. Ha ocupado cargos Honoríficos como Consejero de la Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos y ha sido Presidente de la Asociación Mexicana de Franquicias de la cual también fue Fundador. Es considerado como una autoridad en materia de Franquicias en México.

Es miembro del Consejo de Administración de varias empresas relacionadas principalmente con la actividad de Franquicias.

