

Resumen Gerencial

Indicador

Ingresos

Costos

Utilidad

CalendarYear

2007

2008

2009

CalendarQuarterLabel

Q1

Q2

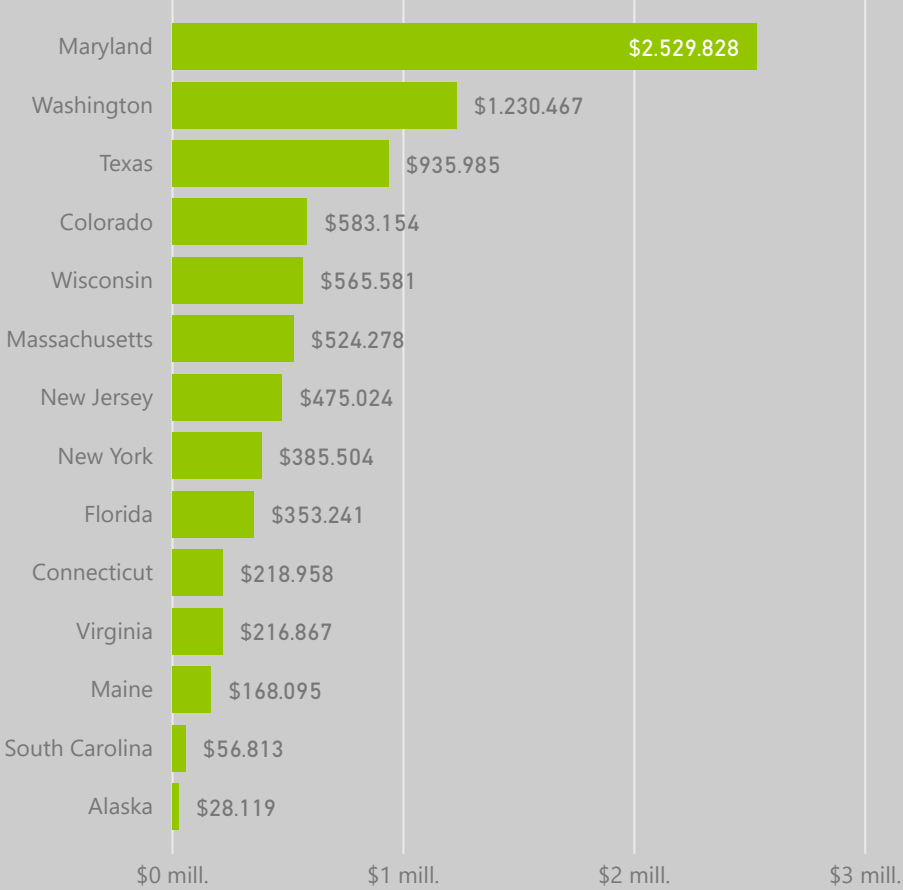
Q3

Q4

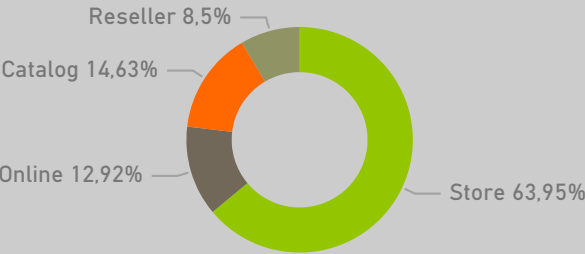
\$8.271.915 **\$3.515.255** **\$4.652.990**

Ventas Costo de Ventas Utilidad bruta

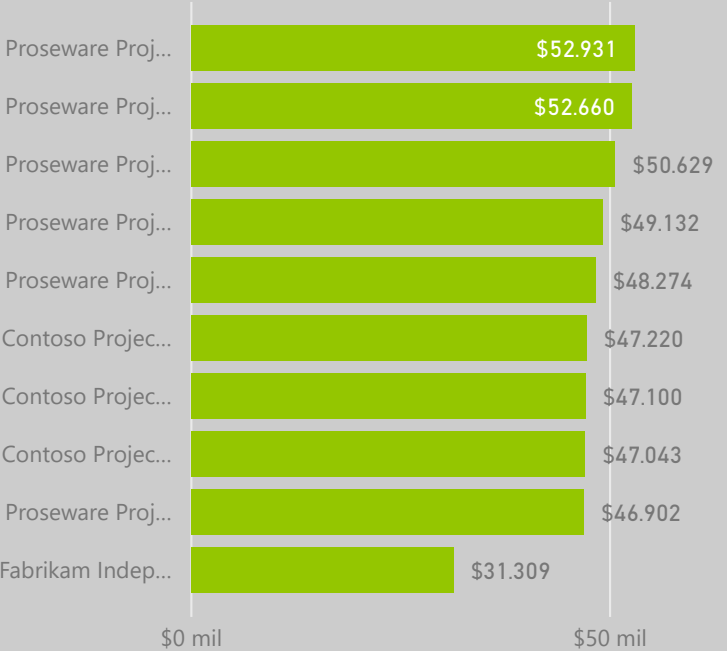
Resultado por Estado USA



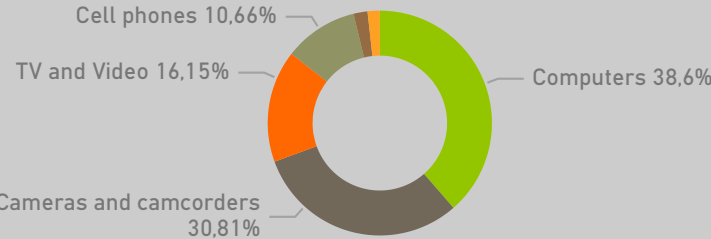
Resultado por Canal de Venta



Resultado por Nombre del Producto



Resultado por Categoría de Producto



Tendencia del Resultado por Fecha



Reporte de Ventas según Moneda

Moneda

Dolares

Euros

Colones

CalendarYear

2007

2008

2009

CalendarQuarterLabel

Q1

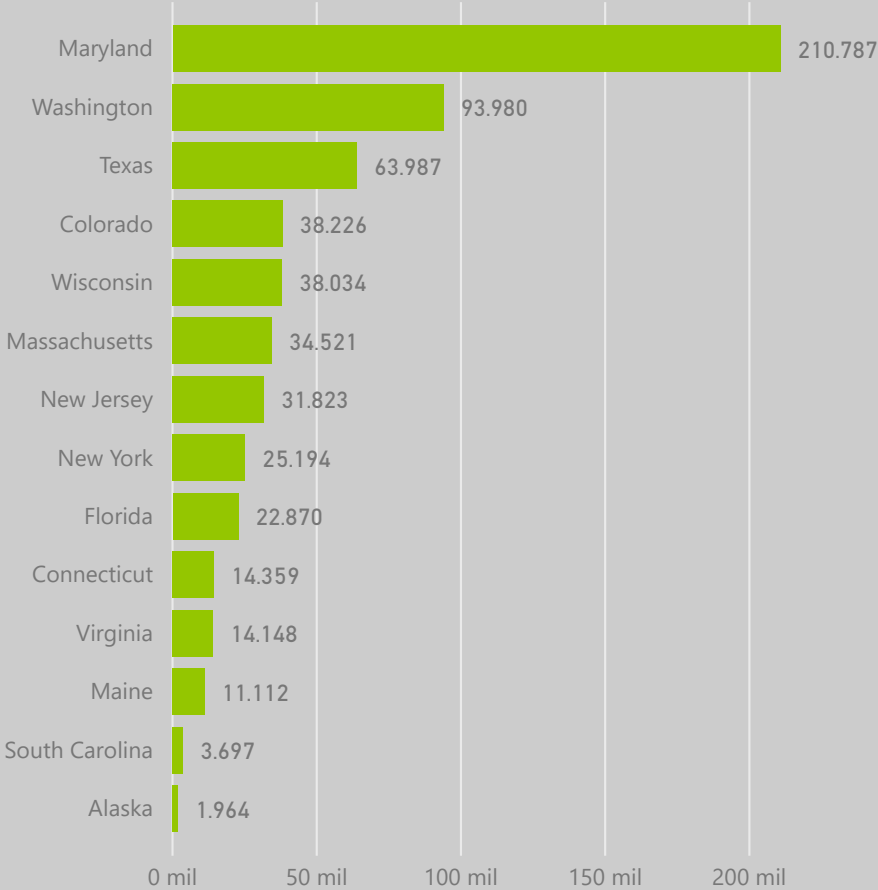
Q2

Q3

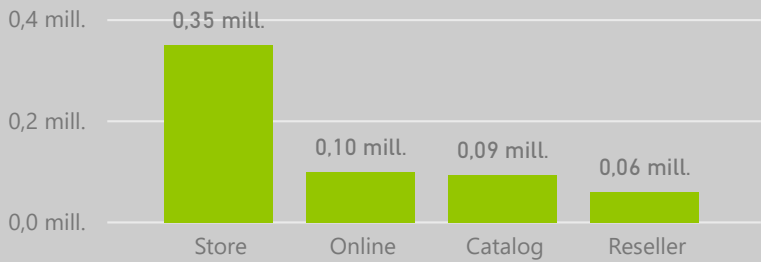
Q4

604.703
Resultado en Dolares

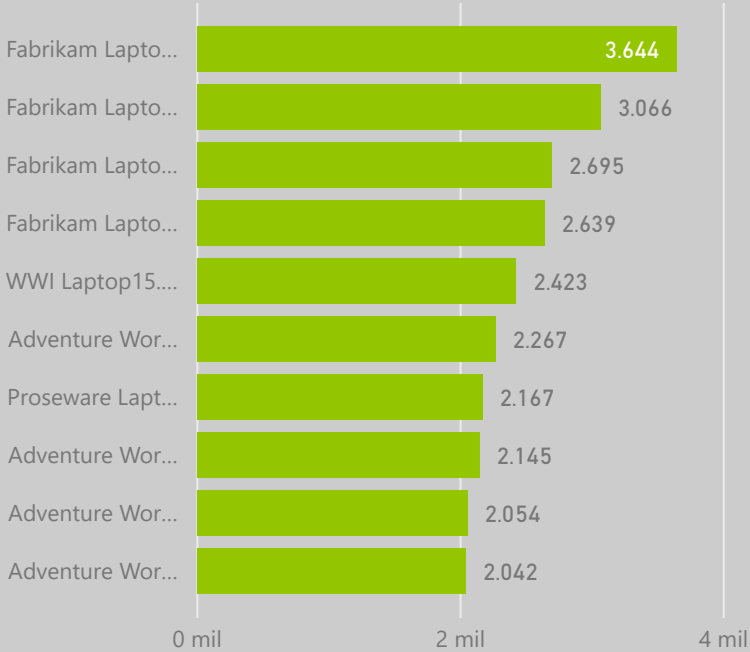
Resultado por Estado USA



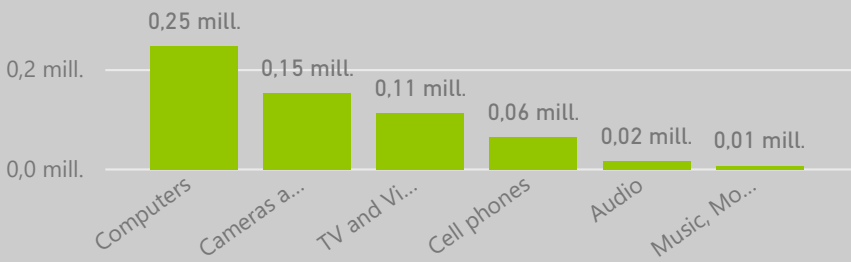
Resultado por Canal de Venta



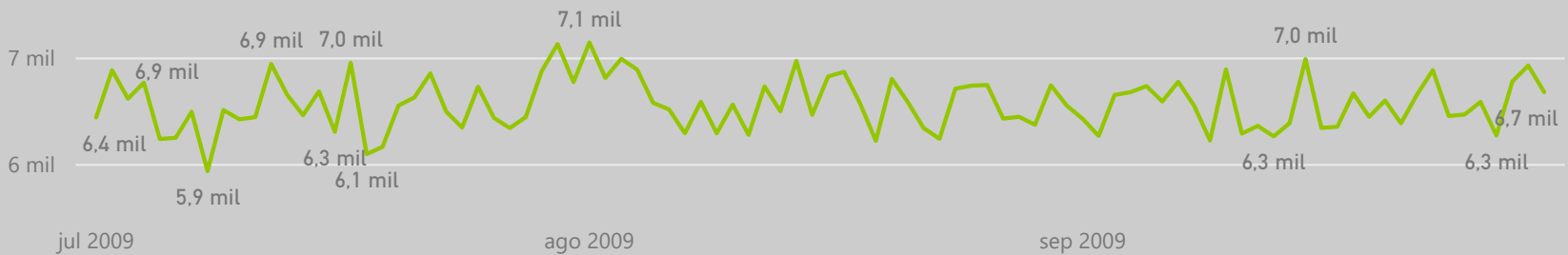
Resultado por Nombre del Producto



Resultado por Categoría de Producto



Tendencia del Resultado por Fecha



Análisis de Clientes según su Crecimiento vs Año Anterior

Nombre de la Tienda	Ventas segun crecimiento	Periodo Anterior	% Var vs LY	Grupo Crecimiento
Marseille	\$4.273	\$476	797,65 %	Acelerado
Fond du Lac	\$8.876	\$1.364	550,76 %	Acelerado
Beijing	\$7.283	\$1.324	450,16 %	Acelerado
Islamabad No.2	\$14.548	\$2.645	450,00 %	Acelerado
Russellville	\$8.978	\$2.443	267,57 %	Acelerado
Nagoya	\$5.581	\$1.580	253,15 %	Acelerado
Berlin	\$1.248	\$381	227,71 %	Acelerado
Damascus No.1	\$15.209	\$4.818	215,66 %	Acelerado
Oshkosh	\$8.606	\$2.828	204,31 %	Acelerado
Seoul	\$3.878	\$1.447	167,97 %	Acelerado
Sapporo	\$15.136	\$6.051	150,14 %	Acelerado
Paterson	\$791	\$375	111,05 %	Acelerado
Roma	\$6.666	\$3.319	100,84 %	Acelerado
Bangkok No.1	\$2.623	\$1.368	91,74 %	Acelerado
Dusseldorf	\$7.048	\$3.811	84,91 %	Acelerado
Dallas	\$721	\$482	49,47 %	Medio
Glasgow	\$6.651	\$4.513	47,39 %	Medio
Osaka No.2	\$14.686	\$10.890	34,86 %	Medio
Hong Kong No.2	\$14.560	\$10.950	32,96 %	Medio
Canberra	\$15.367	\$12.465	23,28 %	Medio
Kolkata	\$15.897	\$13.035	21,91 %	Medio
Total	\$2.595.809	\$3.443.586	-24,62 %	Decrecimiento

CalendarQuarterLabel

- ☐ Q1
- ☐ Q2
- ☐ Q3
- ☐ Q4

ChannelN...

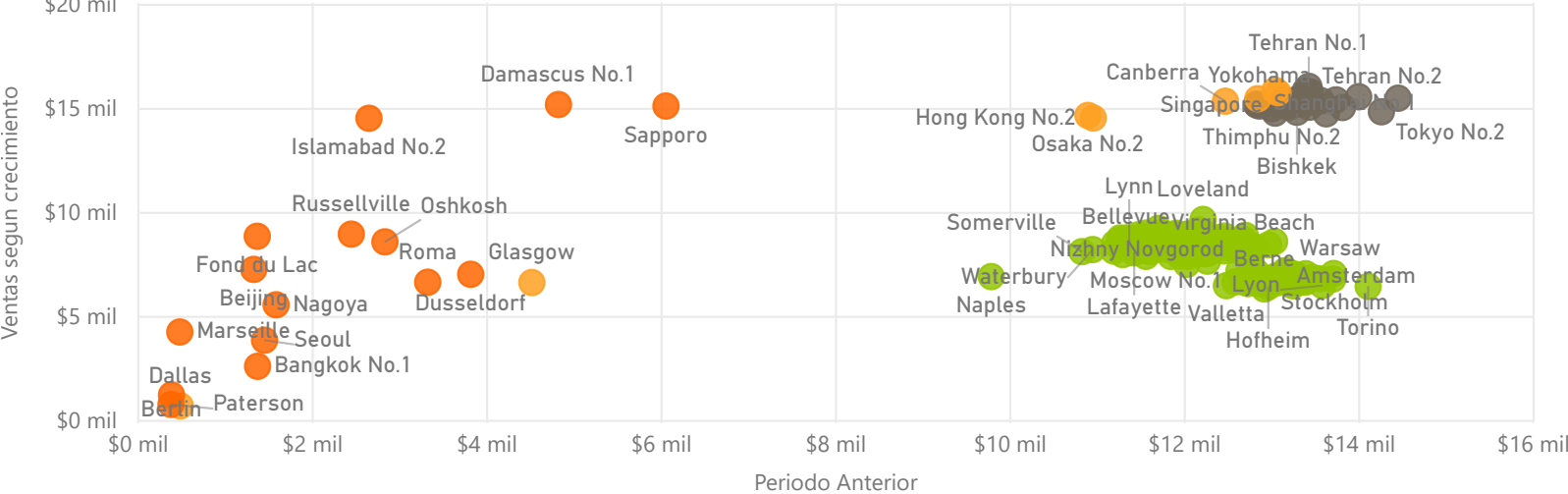
- ☒ Store
- ☐ Online
- ☐ Catalog
- ☐ Reseller

CalendarYear

- ☐ 2005
- ☐ 2006
- ☐ 2007
- ☒ 2008

Periodo Anterior, Ventas segun crecimiento y % Var vs LY por Nombre de la Tienda y Grupo de Crecimiento

Grupo de Crecimiento ● Decrecimiento ● Lento ● Medio ● Acelerado



Ventas segun crecimiento por Grupo de Crecimiento y Grupo de ... Ventas segun crecimiento por Grupo de Crecimiento

Grupo de Creci... ● Decrecimiento ● Lento ● Medio ● Acelerado

