“PROYECTO DE DESARROLLO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE CATÁLOGOS A TRAVÉS DEL SISTEMA DE VENTA DIRECTA”

INTEGRANTES:

IVÁN CASTRO

FRANK FUENTES

CONTENIDO

- INTRODUCCIÓN
- FACTIBILIDAD COMERCIAL
- FACTIBILIDAD LOGÍSTICA
- PLAN DE COMUNICACIÓN
- FACTIBILIDAD FINANCIERA
- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROYECTO

- El proyecto consiste en la distribución exclusiva para todo el Ecuador de los productos comercializados en Brasil por la empresa **SOCIEDADE COMERCIAL e IMPORTADORA HERMES S.A.**, a través de catálogos.

- HERMES
  - Es un sistema de comercialización instituido desde hace décadas en Brasil.
  - Más de 1.500 ítems por cada campaña.
  - Marcas reconocidas : Disney, The Powerpuff Girls, Looney Tunes, Animus, Myla for Girls, Tramontina, Sandy Junior, etc.

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROYECTO

- HERMES
  - Contiene aproximadamente 15 secciones:
    - Ropa de vestir de hombres, mujeres y niños.
    - Lencería, zapatos de vestir y deportivos para hombres, mujeres y niños.
    - Ropa casual, trajes de baño y fitness.
    - Cosméticos.
    - Relojes.
    - Artículos para la cocina tipo reposteros, cubiertos.
    - Adornos.
    - Artículos para el adorno de los baños.
    - Herramientas y modulares para equipos del hogar.

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROYECTO

- Además del catálogo Hermes, se comercializarán otros dos catálogos:
  - Duloren
  - Bella
- DULOREN
  - Dedicado a la Lencería
  - Es equivalente a Victoria Secrets en Estados Unidos
  - Muy buena aceptación
- BELLA
  - Dedicado a la comercialización de fantasías de poco valor
  - Destinado al mercado de los niños y jóvenes

HISTORIA DE LA COMPAÑÍA HERMES

- Es la empresa más grande y antigua de ventas por catálogo en el Brasil
- Su historia data de los años 40.
- Distribuye hoy en día dos (2) millones de catálogos cada campaña de dos (2) meses
- El catálogo se distribuye en todo el territorio de Brasil y cuenta con una extensa red de distribución
  - 1.400 distribuidores
  - 300.000 asesoras de moda
  - 30.000 pedidos diariamente

HISTORIA DE LA COMPAÑÍA HERMES

- En 1991, HERMES fue escogida como la “Empresa del Año” en el segmento de comercio de variedades por la Revista Exame.
- En 1995, figuró entre las 15 empresas que más crecieron en Brasil
- En 1997 ocupo la posición número 104 de la lista de las “500 mejores” de la misma publicación.

HISTORIA DE FINEY S.A.

- La compañía abrió al público desde el 21 de Noviembre del 2002.
- Tiene la representación exclusiva en Ecuador de la semijoya “JR” proveniente de su fabricante exclusivo en Brasil.
- En Guayaquil cuenta con un stock de aproximadamente 80.000 ítems.
- La semijoya con la marca “JR” consiste en prendas bañadas en oro de alta duración, semejando una pieza auténtica de oro.

HISTORIA DE FINEY S.A.

- Las operaciones principales están asentadas en la ciudad de Guayaquil.
- Como sucursales están en la ciudad de Portoviejo y Quito.
- Actualmente cuenta con un local en Ambato para posibles expansiones.

FACTIBILIDAD COMERCIAL

- INVESTIGACIÓN DE MERCADO
- PLAN PILOTO
- INVESTIGACIÓN DE PRECIOS

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

OBJETIVOS

- Determinar el grado de conocimiento de los consumidores en lo referente a calidad y a precio
- Determinar el grado de experiencia de los consumidores en lo referente a la compra por catálogos.
- Conocer los principales motivos que inducen a la compra por catálogo.
- Determinar la participación de mercado de las diferentes empresas de venta por catálogo.
- Conocer la preferencia de los consumidores con respecto al tipo de catálogos: variedad o especializados

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

OBJETIVOS

- Conocer el grado de experiencia de los consumidores con lo referente a los catálogos Hermes
- Determinar la disposición a comprar por parte de los consumidores de los catálogos Hermes
- Conocer cual es o cuales son las características que motivarían los consumidores a consumir los catálogos Hermes.
- Conocer cuánto estarían dispuestos a comprar los consumidores mensualmente
- Determinar el tiempo máximo de espera por parte de los consumidores en la entrega de los productos.

MERCADO META

- MUJERES ENTRE 20 Y 50 AÑOS.
- NIVEL SOCIO ECONÓMICO:
  - NIVEL ALTO
  - NIVEL MEDIO
  - NIVEL MEDIO BAJO
- PERTENECIENTES A LA PEA

TAMAÑO DE LA MUESTRA

$$n = \frac{4.\ P.\ Q}{e^2}$$

n = Tamaño de la muestra (número de encuestas)

P = Probabilidad de que el evento ocurra

Q = Probabilidad de que el evento no ocurra

e = Error permitido

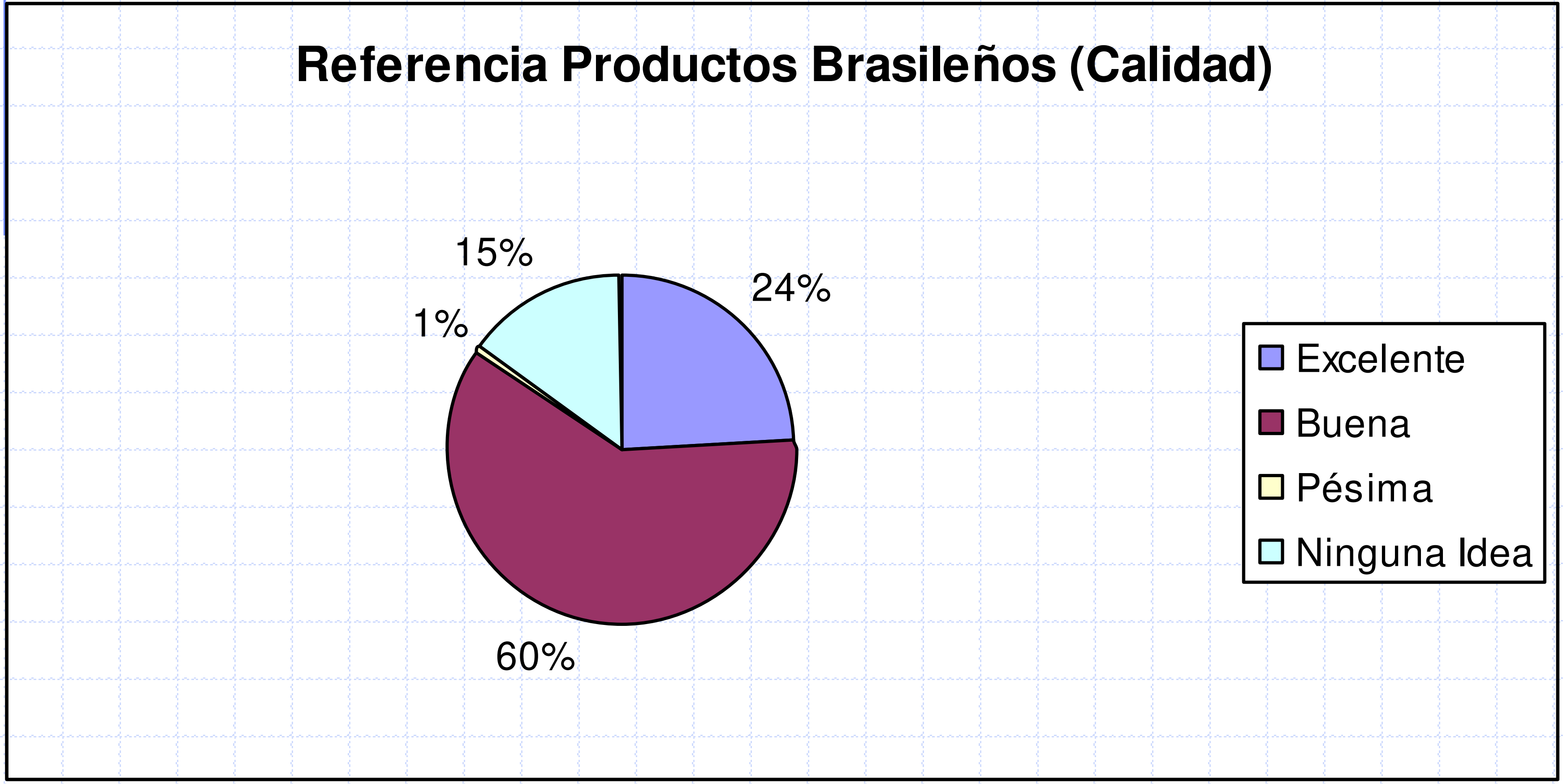
TAMANO DE LA MUESTRA

$$n = \frac{\mathbf{4 \times 0.5 \times 0.5}}{\mathbf{0.052}}$$

n = 400

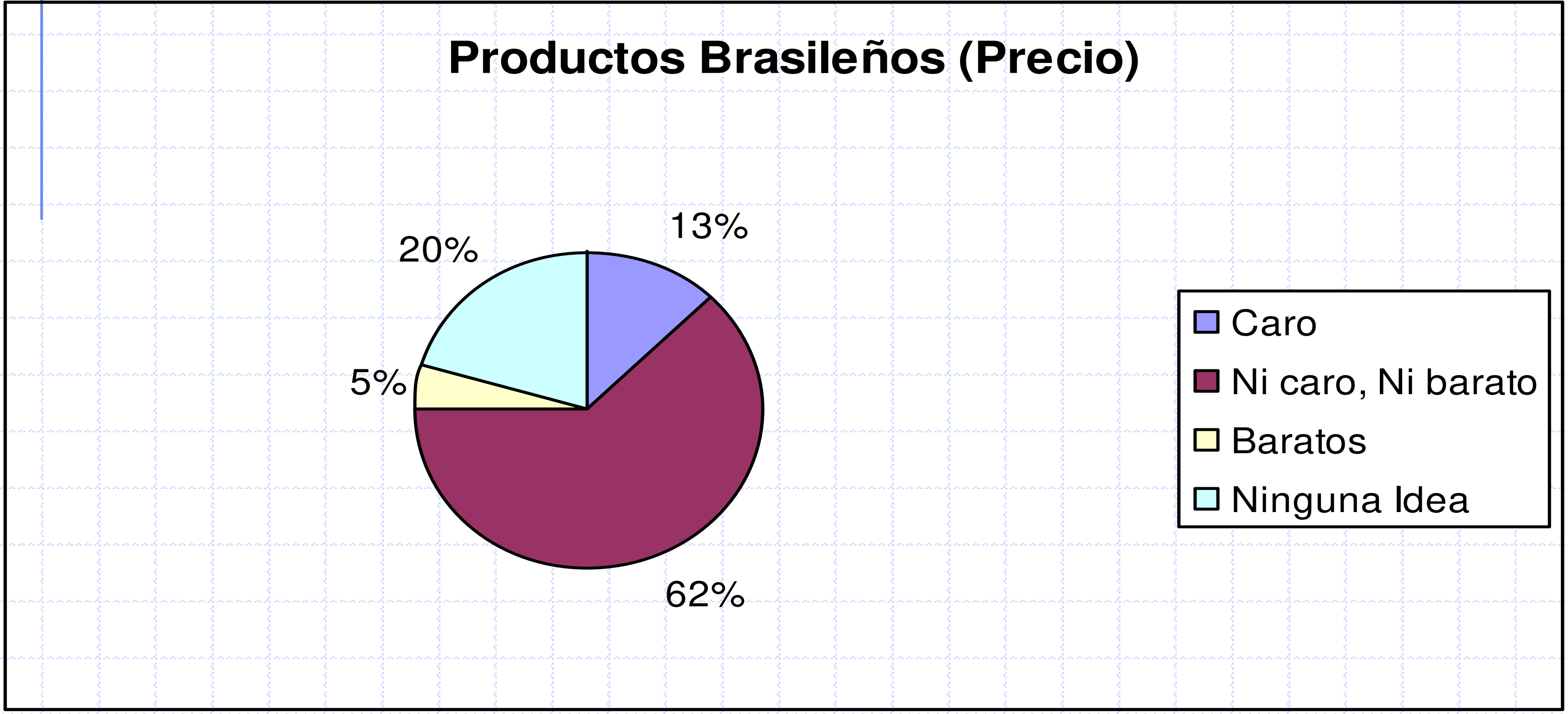
RESULTADOS OBTENIDOS

¿Qué referencia tiene usted de los productos de origen brasileños?



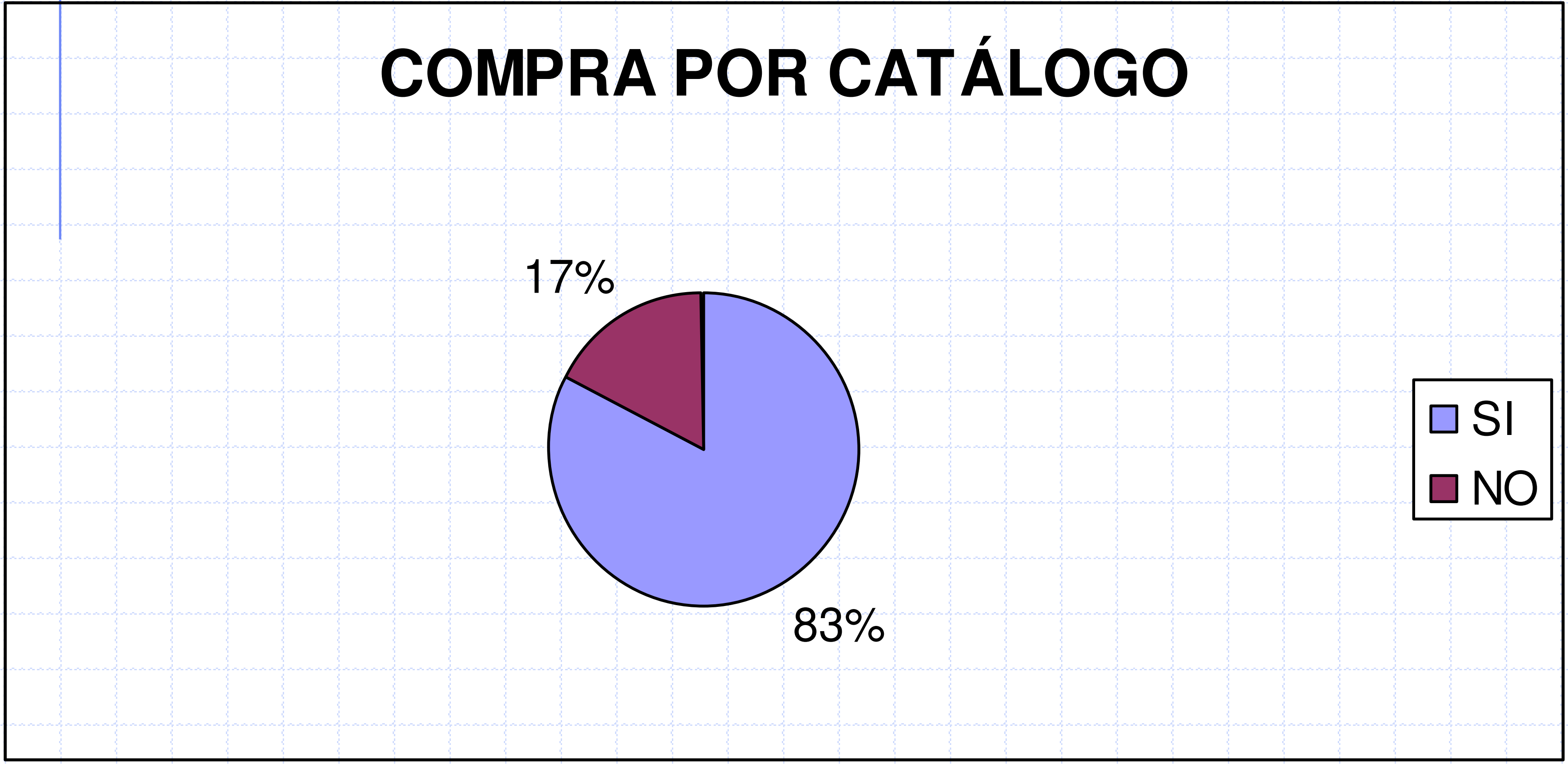
RESULTADOS OBTENIDOS

¿Qué referencia tiene usted de los productos de origen brasileños?



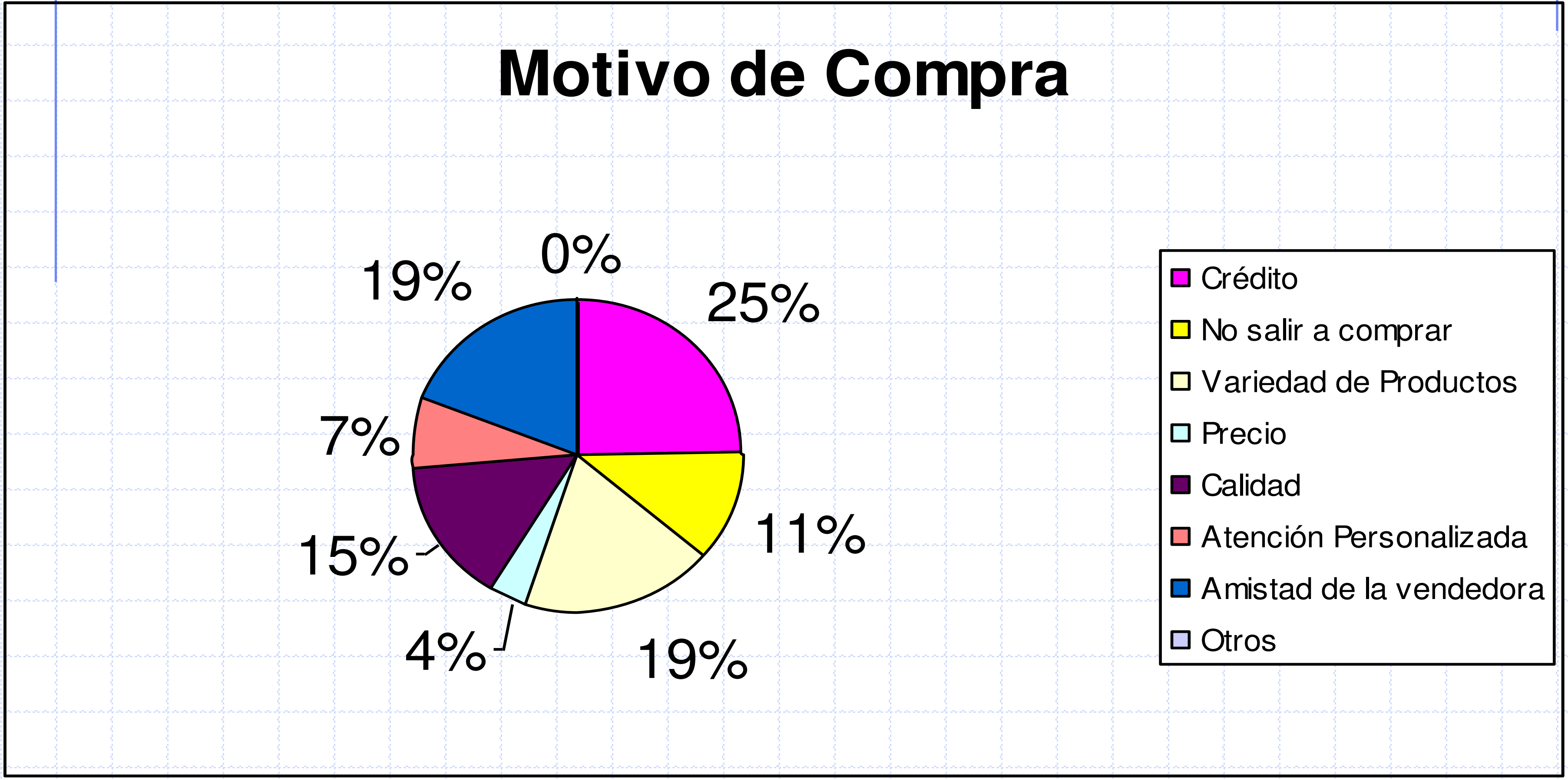
RESULTADOS OBTENIDOS

¿Alguna vez usted ha comprado productos a través de catálogos?



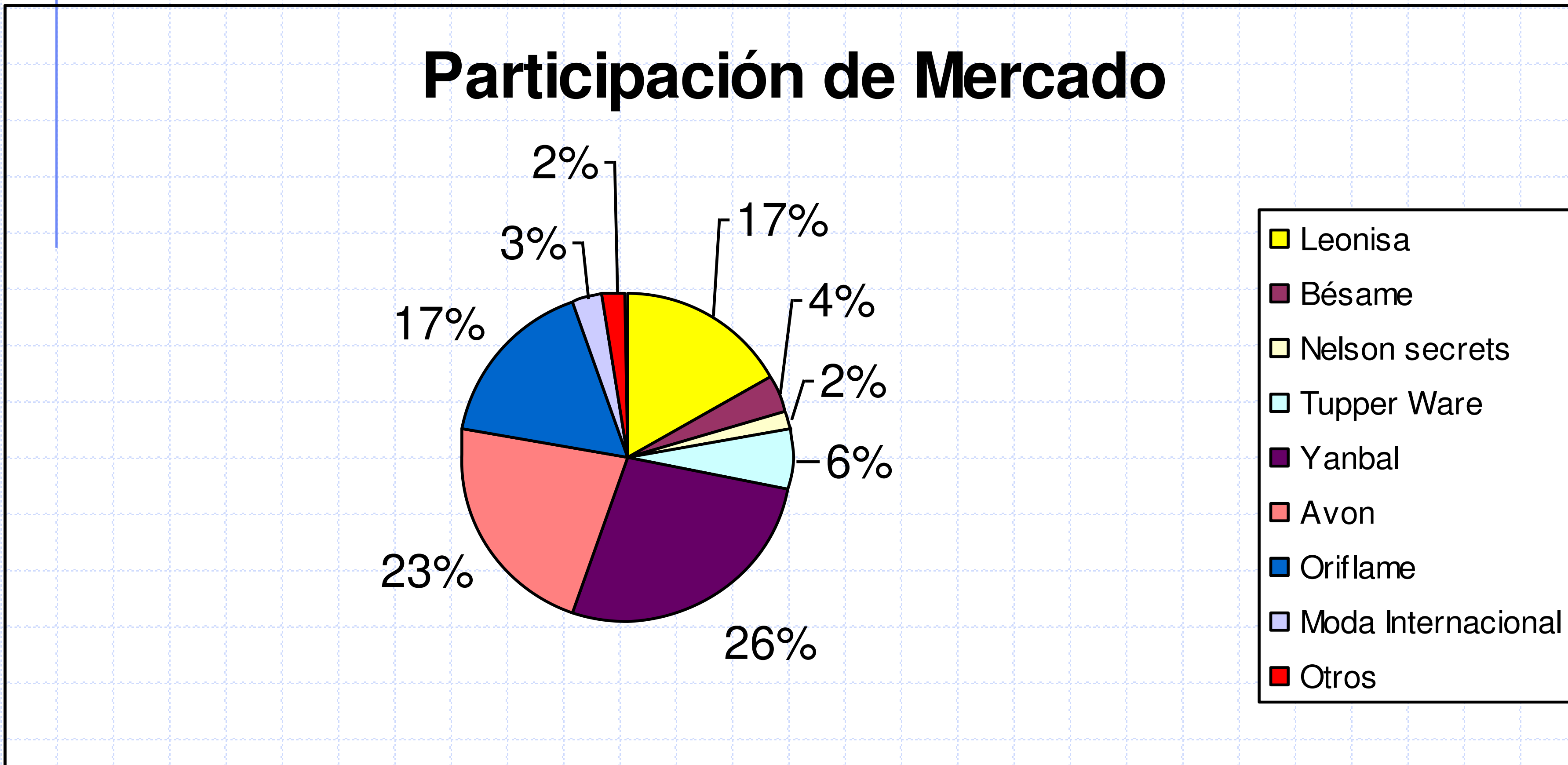
RESULTADOS OBTENIDOS

¿Qué lo motivó a hacerlo?



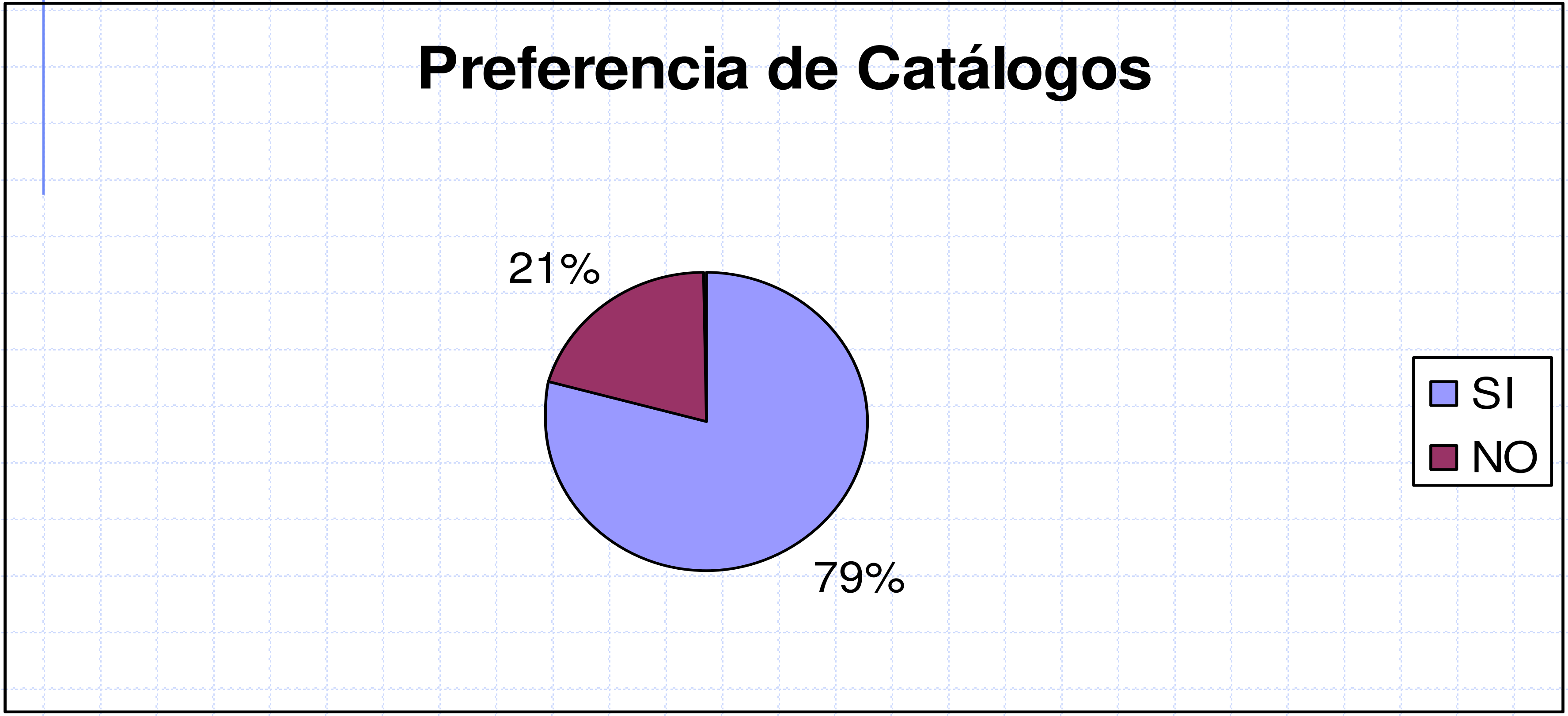
RESULTADOS OBTENIDOS

¿Con cuales empresas usted ha adquirido productos a través de catálogos?



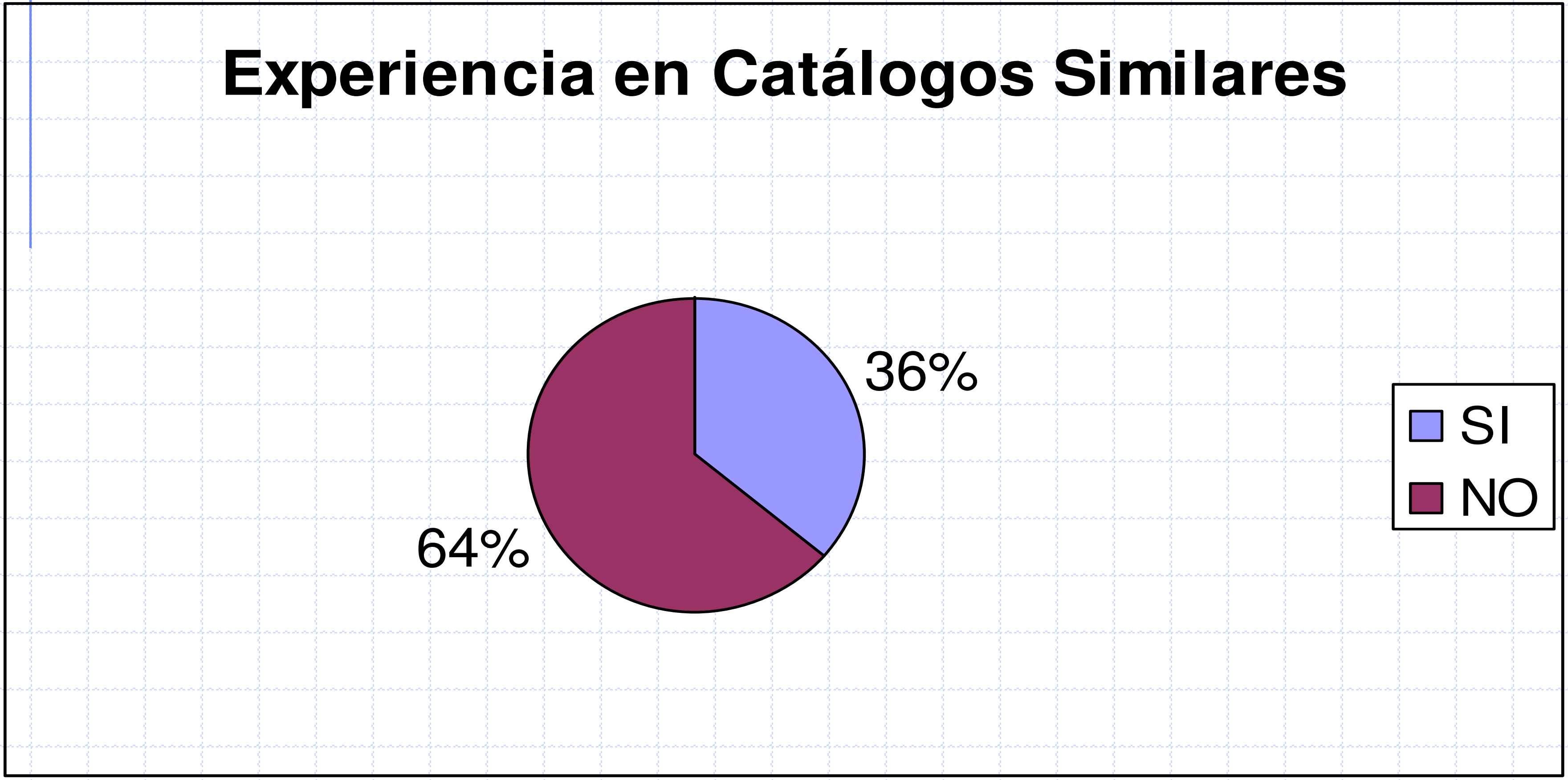
RESULTADOS OBTENIDOS

¿Piensa usted que un catálogo una gran variedad de productos que van desde Ropa, Zapatos, Relojes, Bisutería, Lencería hasta Artículos para el Hogar le generaría mayor satisfacción al momento de hacer el pedido que un catálogo especializado en una sola línea de productos?



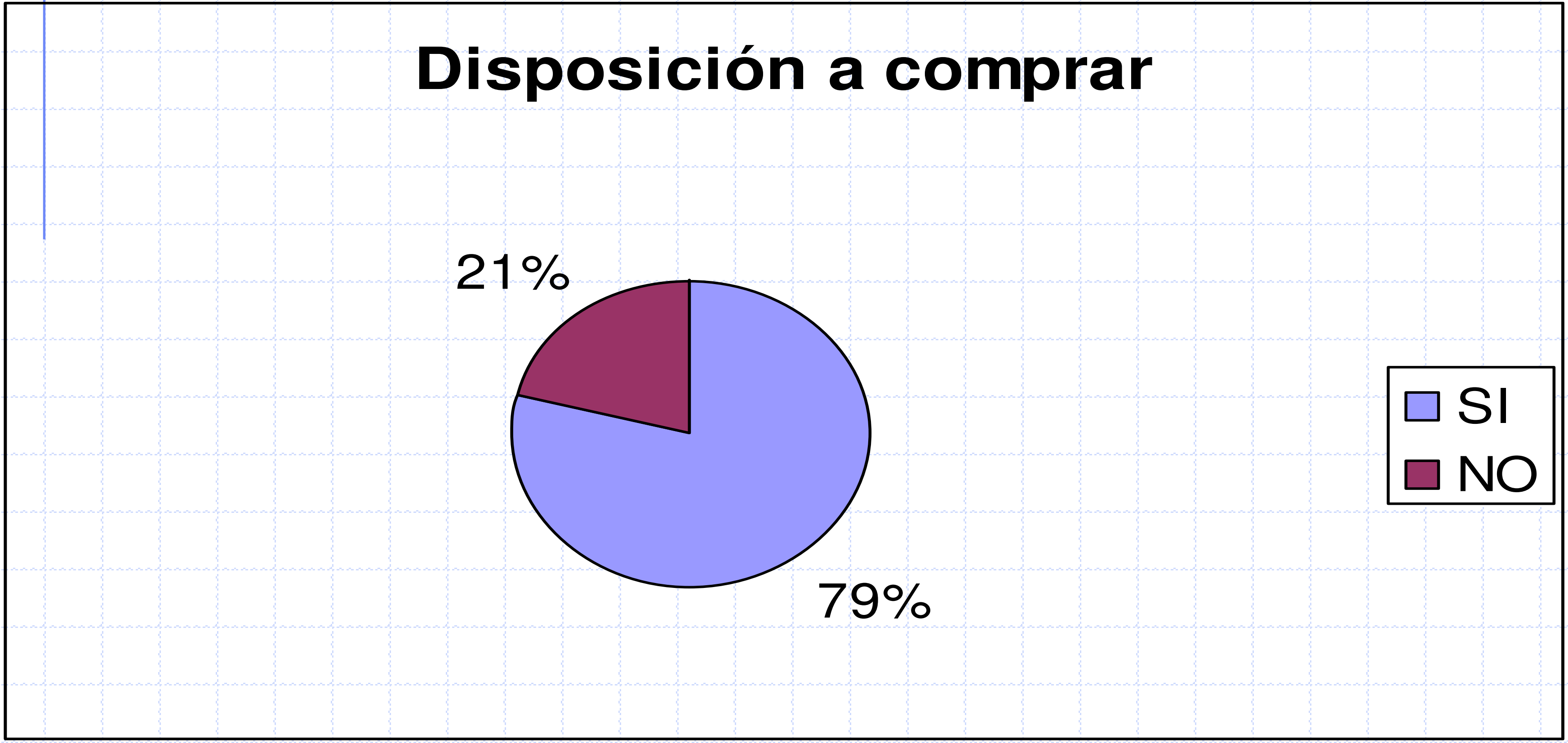
RESULTADOS OBTENIDOS

¿Alguna vez alguien le ha presentado en un solo catálogo una gran variedad de productos que van desde Ropa, Zapatos, Relojes, Bisutería, Lencería hasta Artículos para el Hogar?



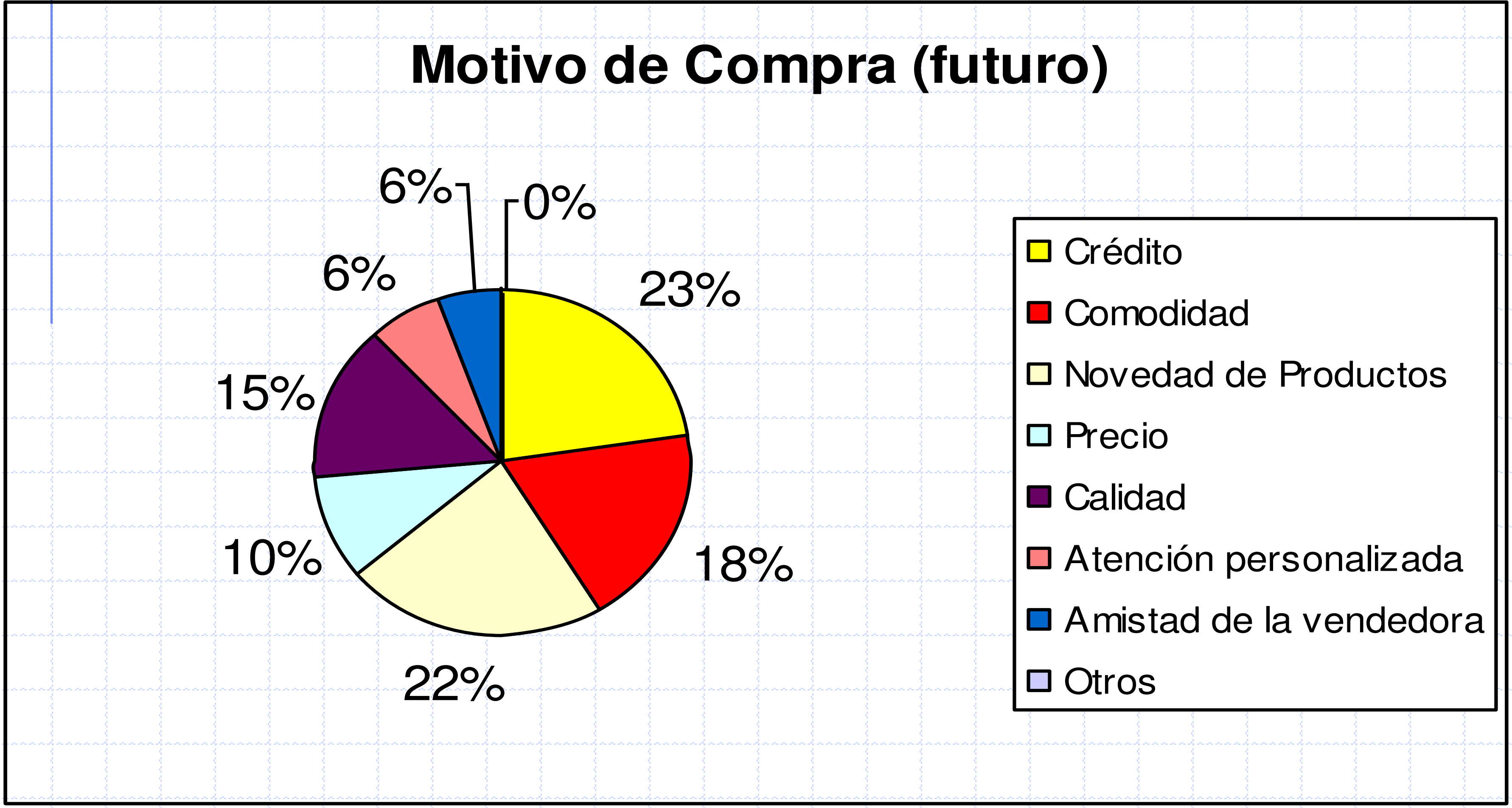
RESULTADOS OBTENIDOS

¿Usted estaría dispuesto a comprar productos a través de catálogos con las características mencionadas en la pregunta anterior?



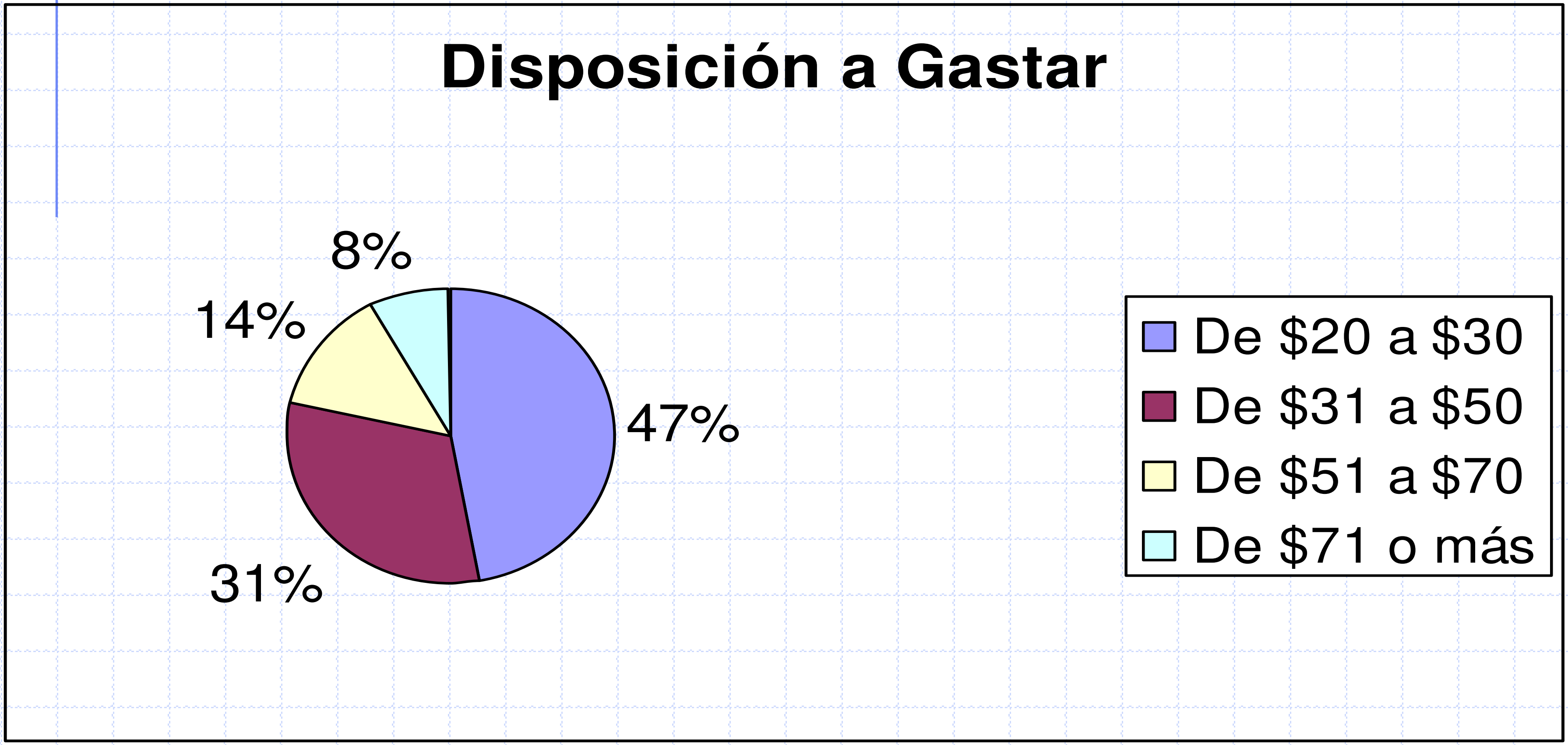
RESULTADOS OBTENIDOS

¿Qué lo motivaría a hacerlo?



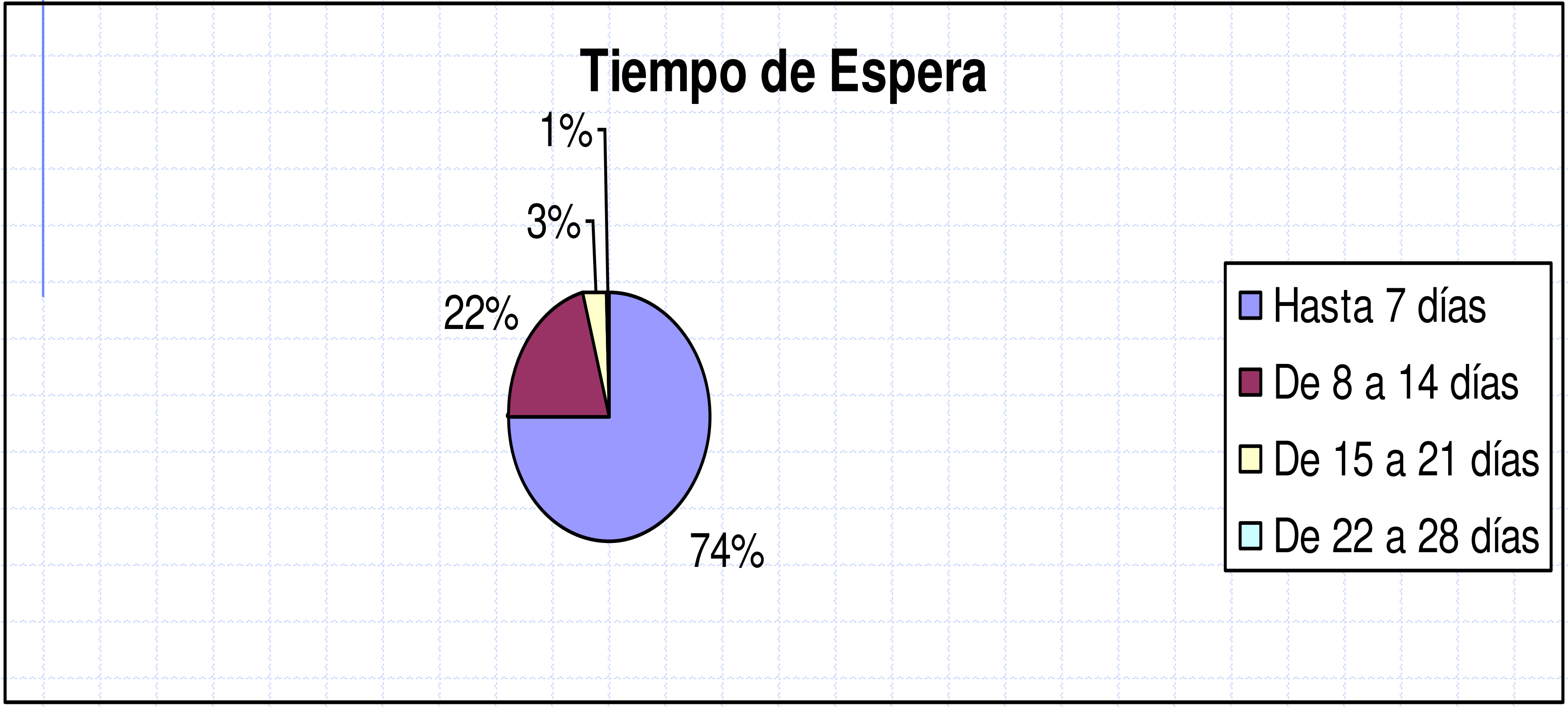
RESULTADOS OBTENIDOS

¿Cuánto estaría dispuesto a comprar mensualmente, en un catálogo que le ofrece aproximadamente 10.000 productos entre ropa de damas, niños, caballeros, zapatos, bisutería hasta artículos para el hogar?



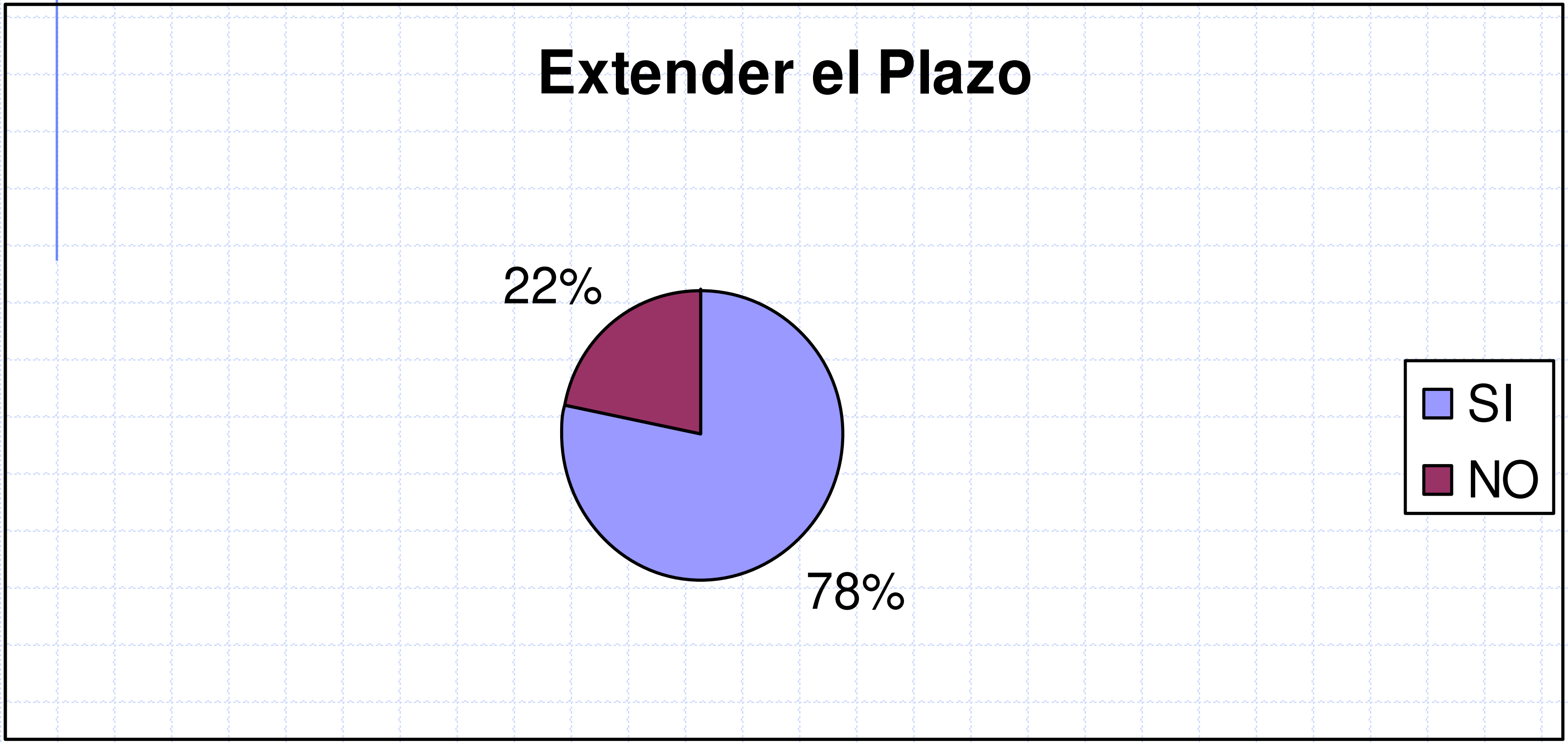
RESULTADOS OBTENIDOS

¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a esperar por la entrega de los productos solicitados?



RESULTADOS OBTENIDOS

¿Estaría usted dispuesto a esperar 5 días adicionales a lo que usted sugirió en la pregunta anterior considerando que su pedido viene exclusivamente de Brasil directamente a su casa?

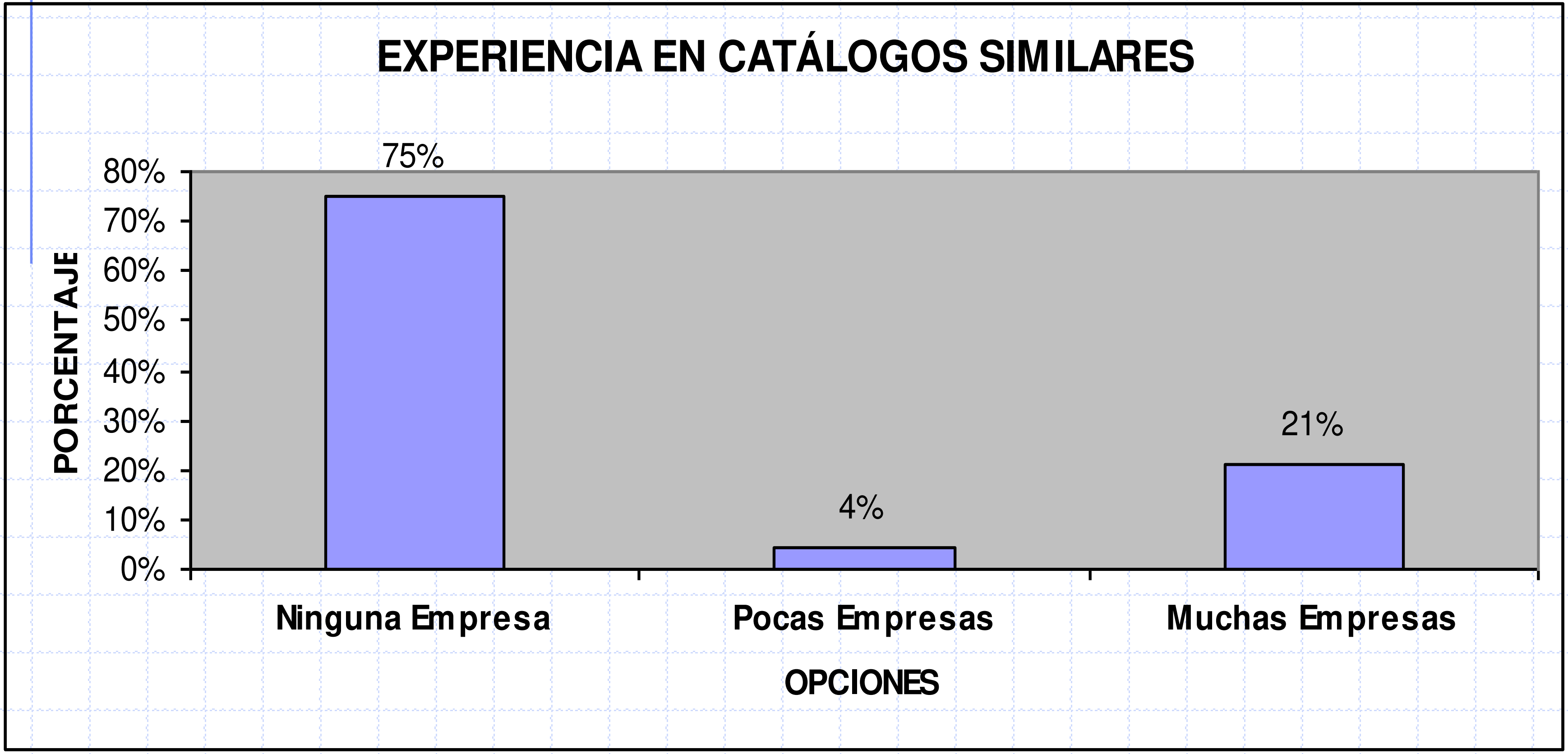


ANÁLISIS DE RESULTADOS PLAN PILOTO

PARA ANTES DE LA LLEGADA DE LOS PRODUCTOS

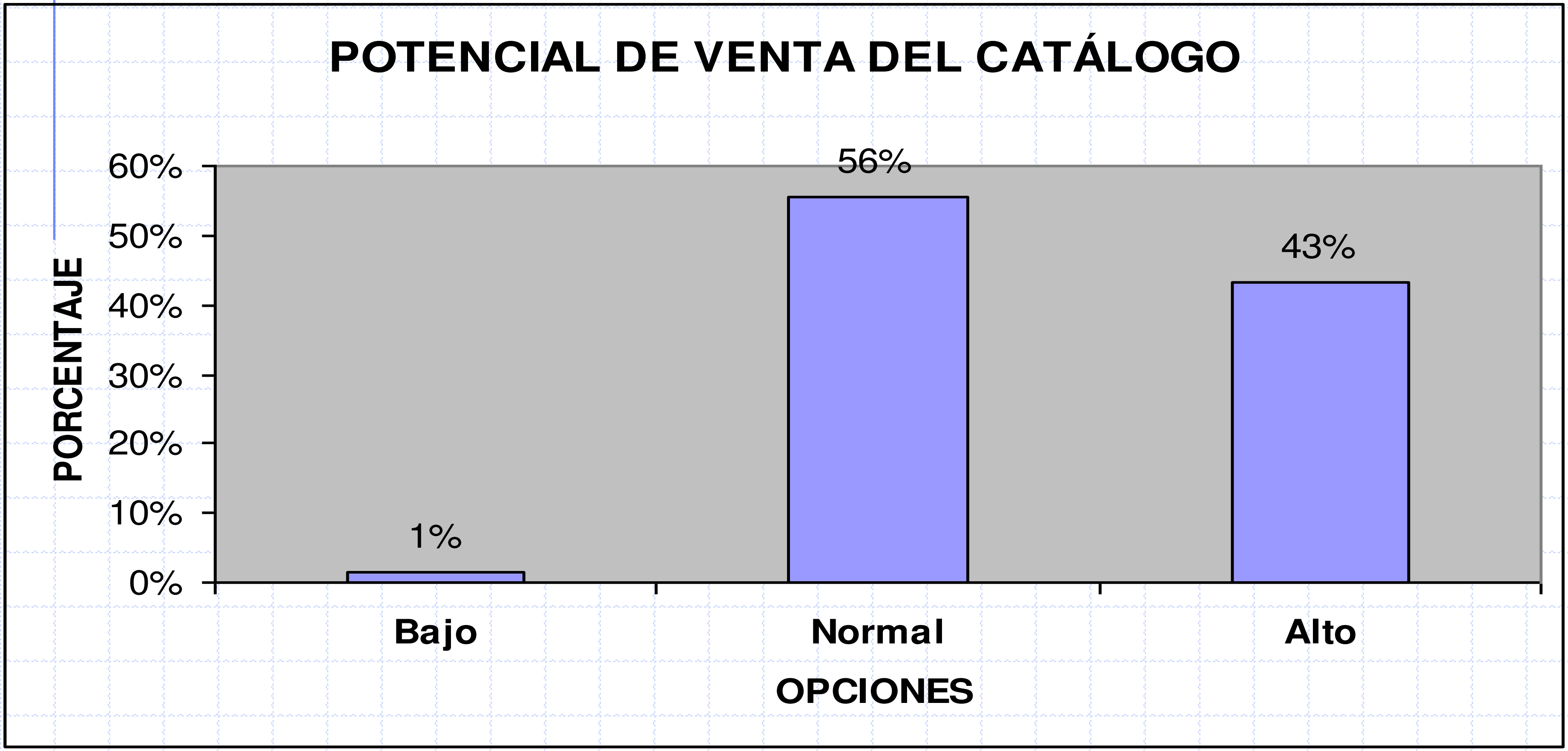
RESULTADOS OBTENIDOS

¿Conoce usted o ha tenido alguna vez experiencia con otro empresa que le haya ofrecido la variedad de productos que en esta ocasión se le está ofreciendo?



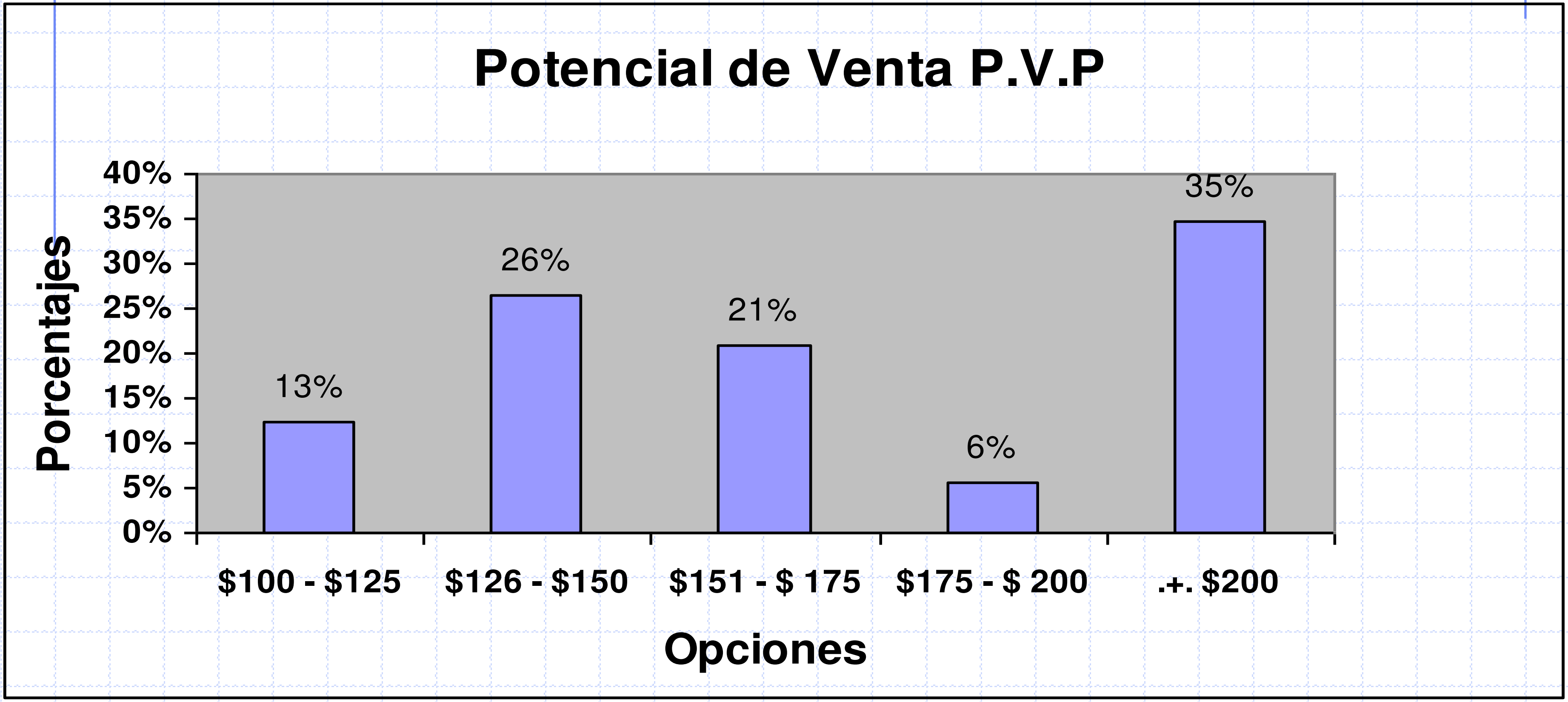
RESULTADOS OBTENIDOS

¿Cómo usted definiría el potencial de ventas de su parte con los catálogos Hermes en el mercado ecuatoriano, y en particular en el mercado en que usted se desenvuelve? Tome en cuenta que existen plazos de entrega.



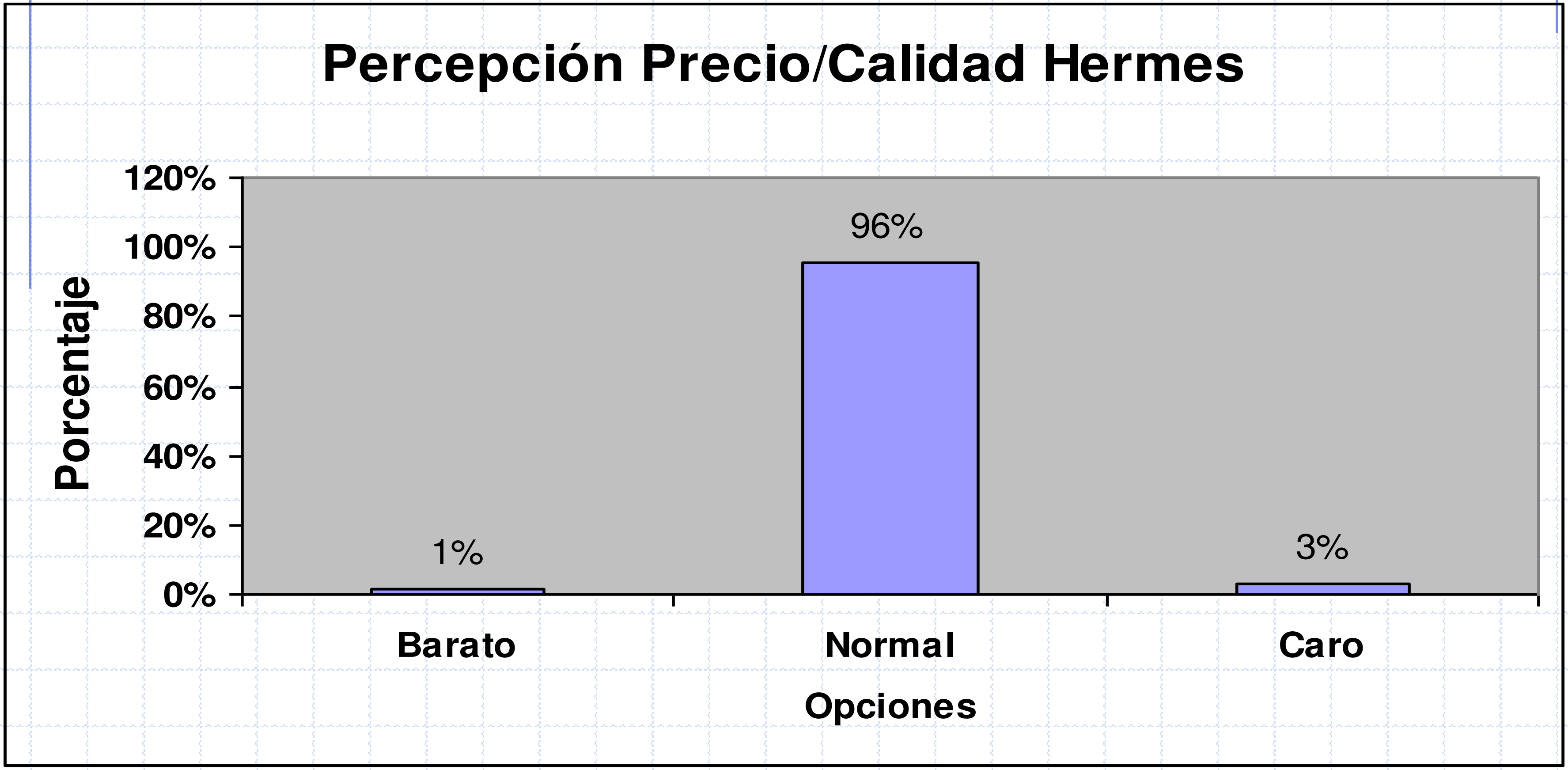
RESULTADOS OBTENIDOS

¿Cuánto usted cree que puede vender a P.V.P. en un plazo de 14 días, cuando el proyecto este completamente masificado?



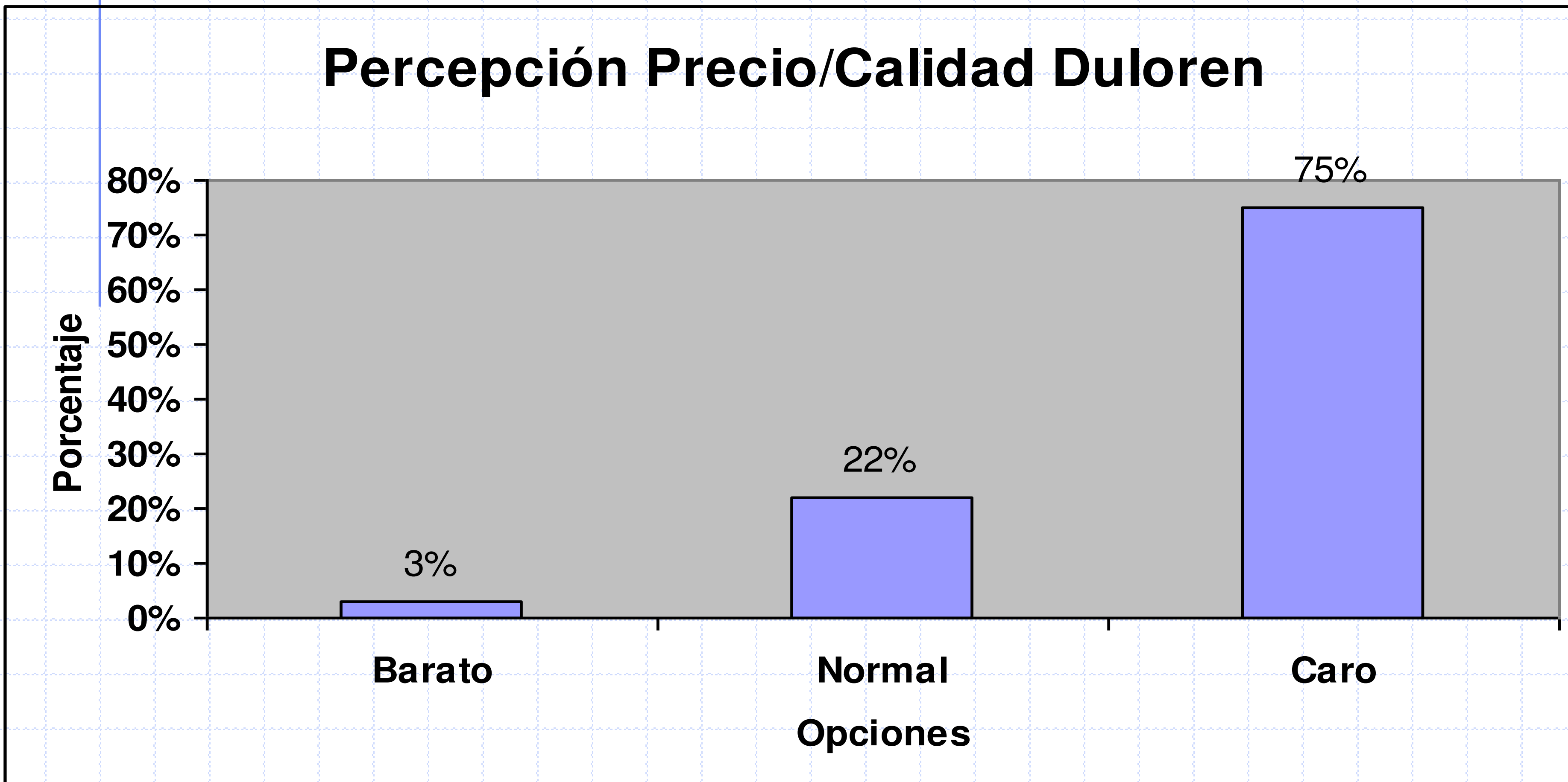
RESULTADOS OBTENIDOS

¿Cuál es su percepción sobre la relación aparente del precio/calidad del catálogo de lencería HERMES?



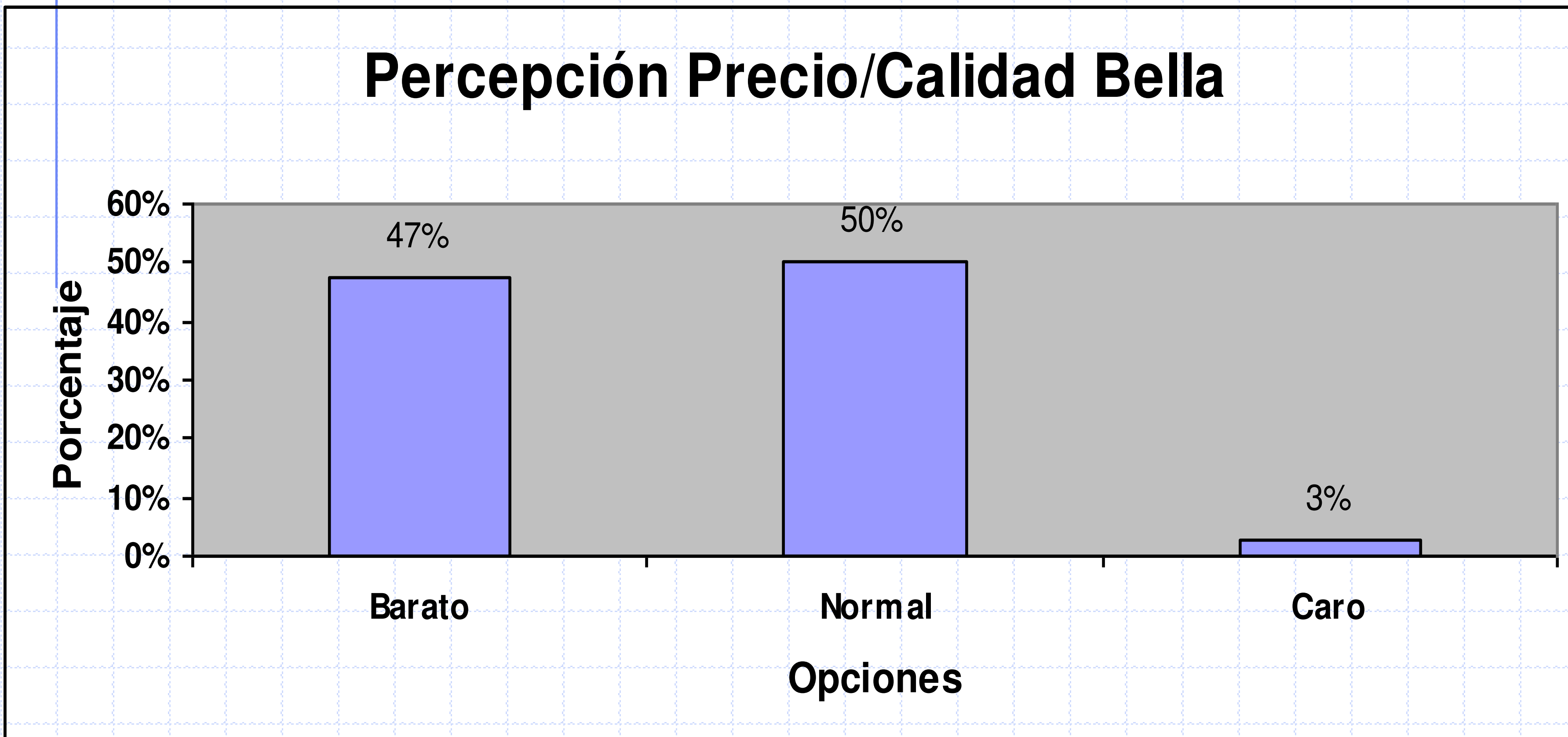
RESULTADOS OBTENIDOS

¿Cuál es su percepción sobre la relación aparente del precio/calidad del catálogo de lencería DULOREN?



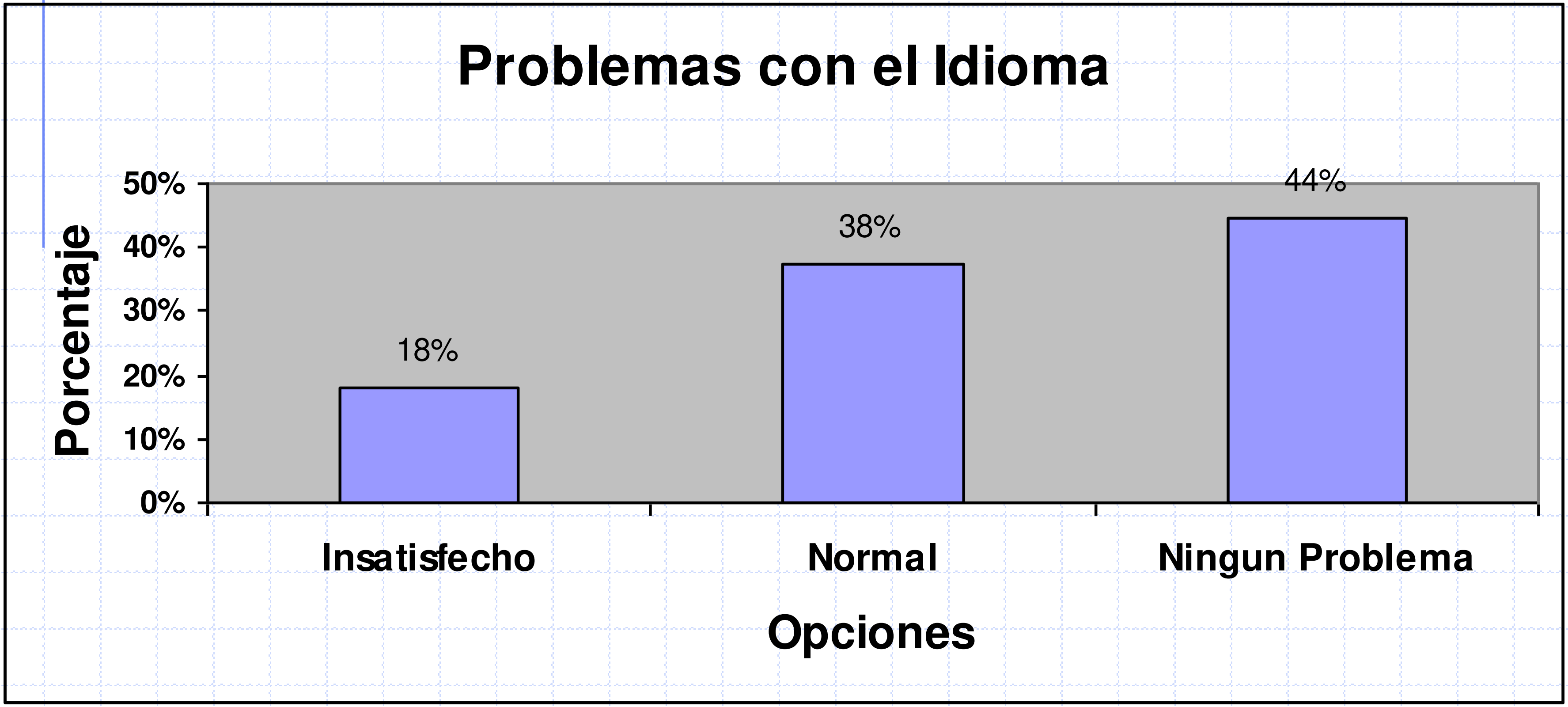
RESULTADOS OBTENIDOS

¿Cuál es su percepción sobre la relación aparente del precio/calidad del catálogo de fantasías BELLA?



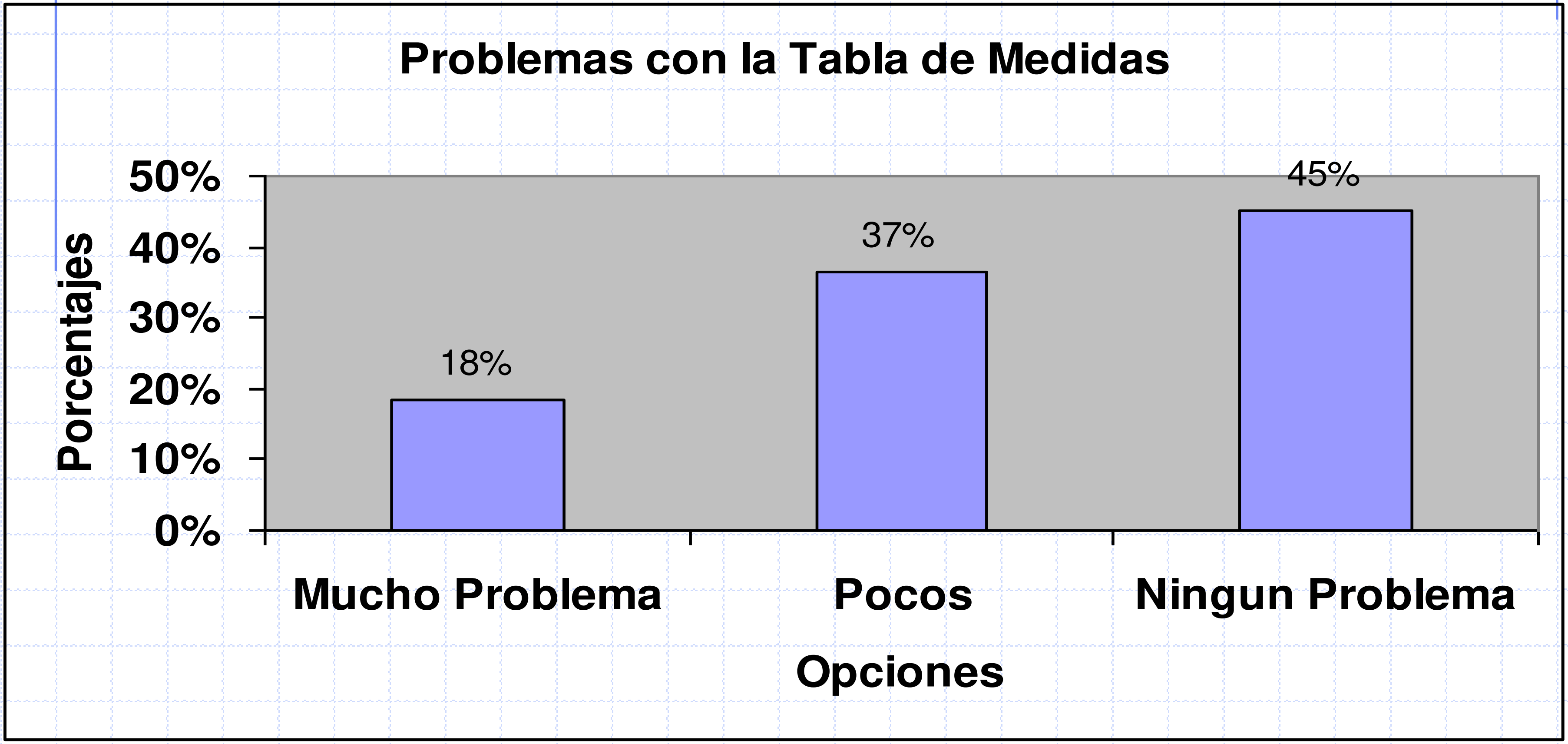
RESULTADOS OBTENIDOS

¿El idioma portugués ha sido un inconveniente para hacer conocer, vender o solicitar el producto?



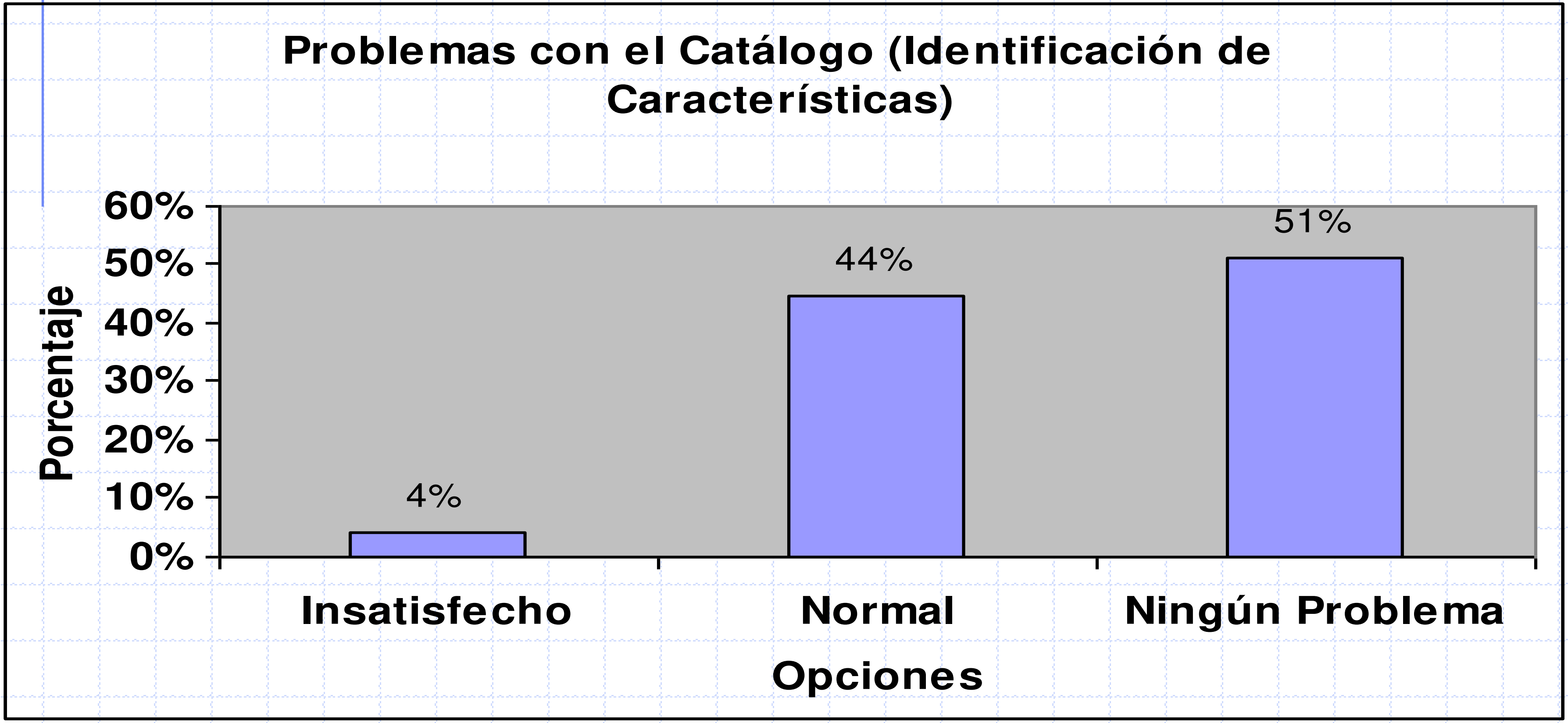
RESULTADOS OBTENIDOS

¿Ha podido orientarse sobre las "tablas de medidas" al momento de tomar un pedido del cliente?



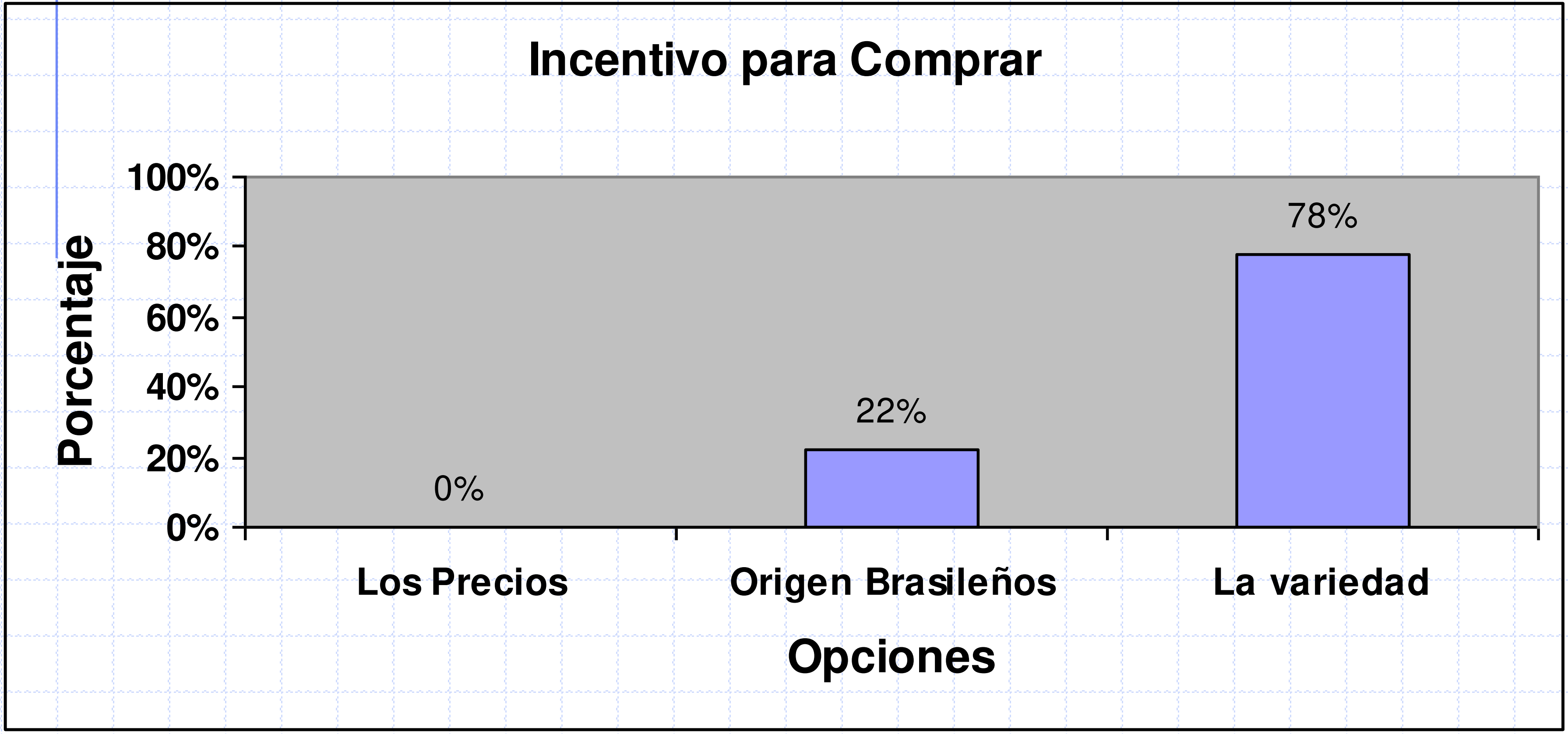
RESULTADOS OBTENIDOS

- **¿Ha podido identificar bien las características de los productos en el catálogo? Su código, su precio, el material, el color, dimensiones, talla, etc.?**



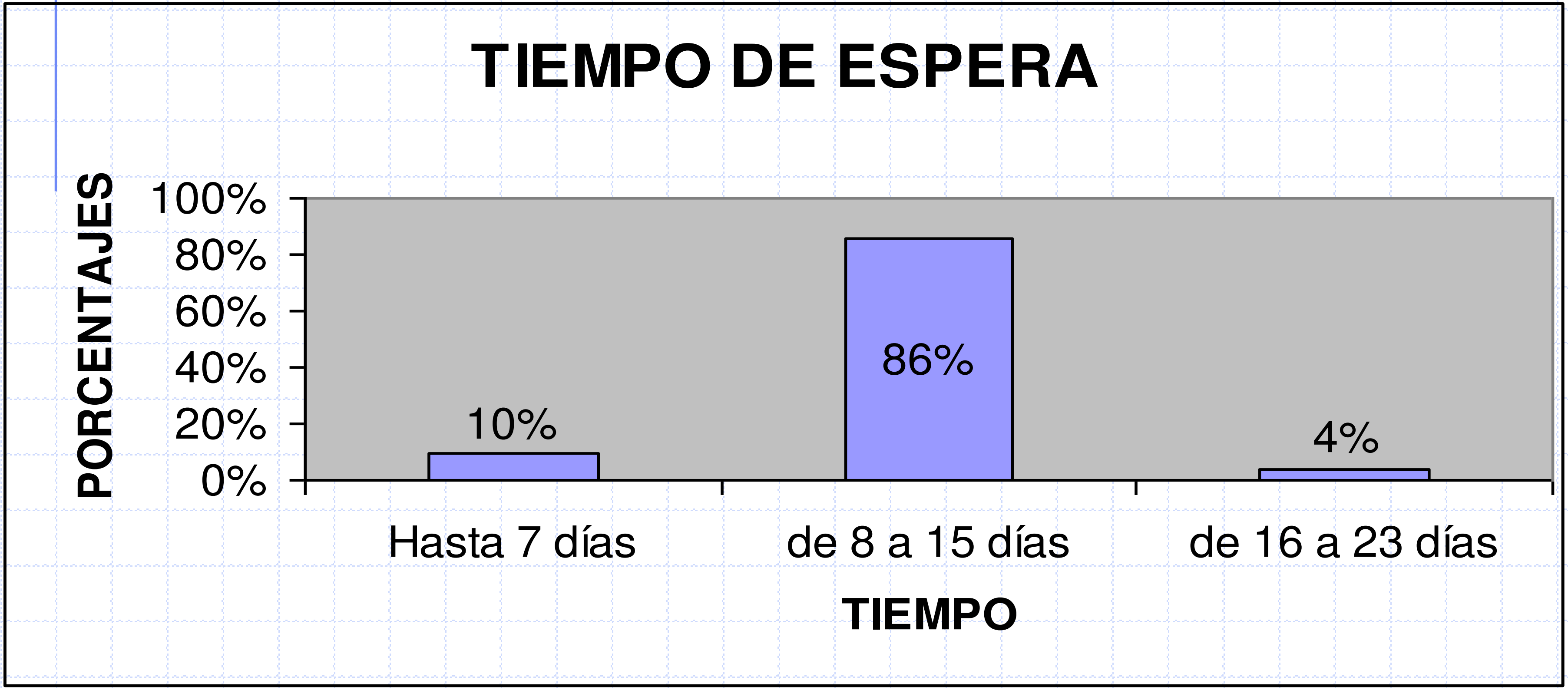
RESULTADOS OBTENIDOS

¿Qué cree que haría motivar a comprar en los tres catálogos?



RESULTADOS OBTENIDOS

Sabiendo usted que el proyecto Hermes, es un sistema de venta por catálogos, cuyos productos son despachados directamente desde Brasil a su domicilio, con un plan de premios acumulables hasta dos años, con una relación directa Hermes – Consultora de moda. Bajo estas circunstancias, ¿Hasta cuantos días usted cree que podría esperar que los productos le lleguen a su domicilio?

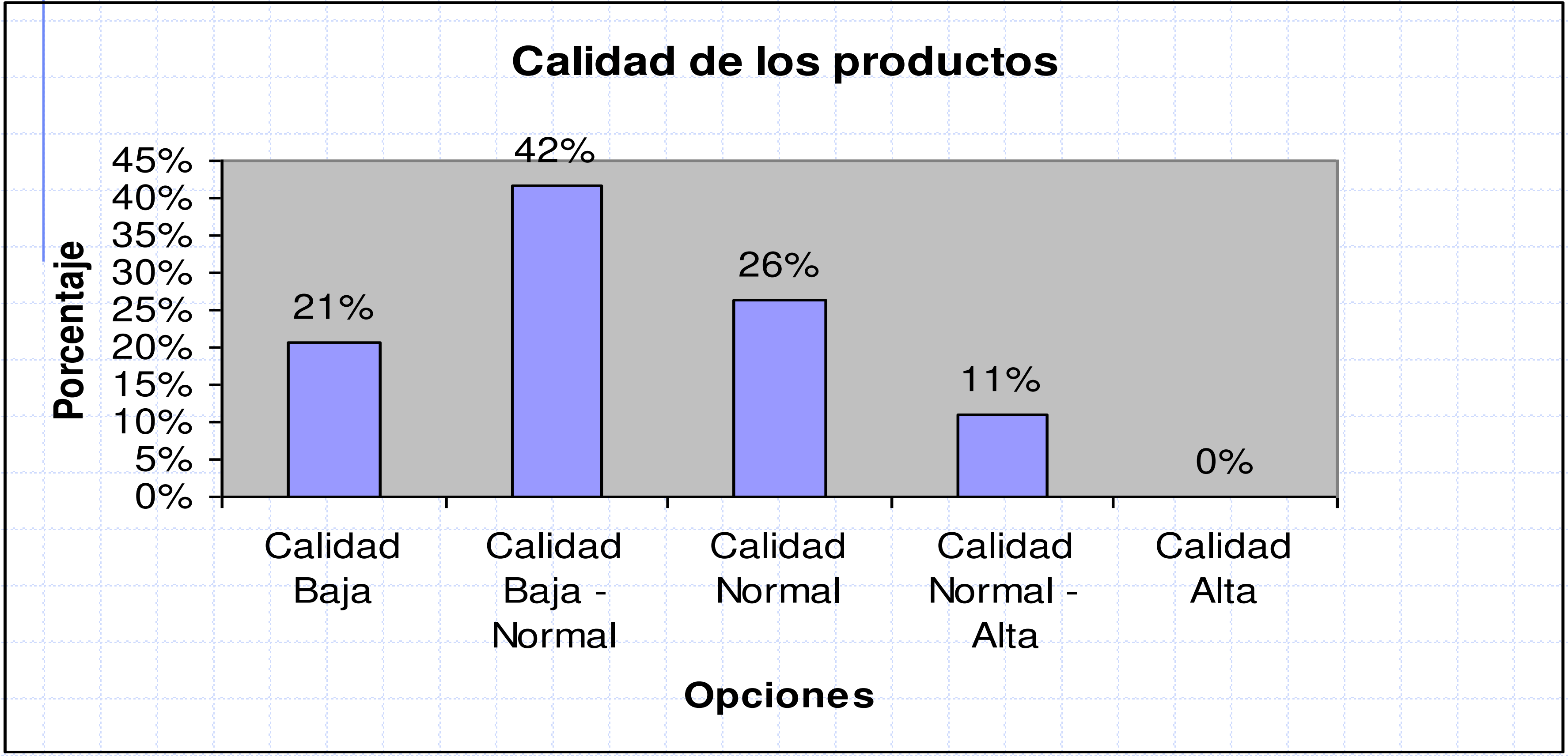


ANÁLISIS DE RESULTADOS PLAN PILOTO

Para después de la llegada de los productos

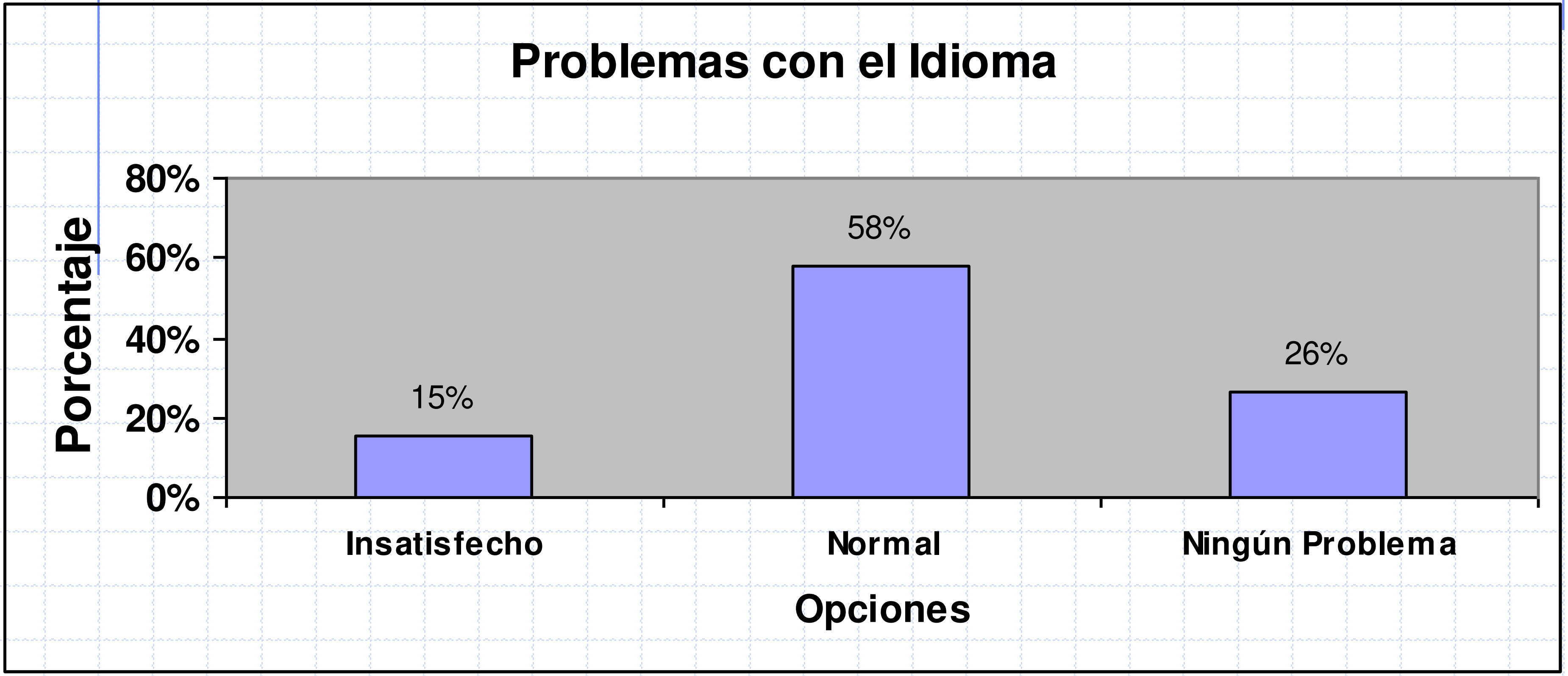
RESULTADOS OBTENIDOS

¿Cómo usted definiría la calidad de los productos por usted solicitado, tomando en cuenta el precio por usted pagado?



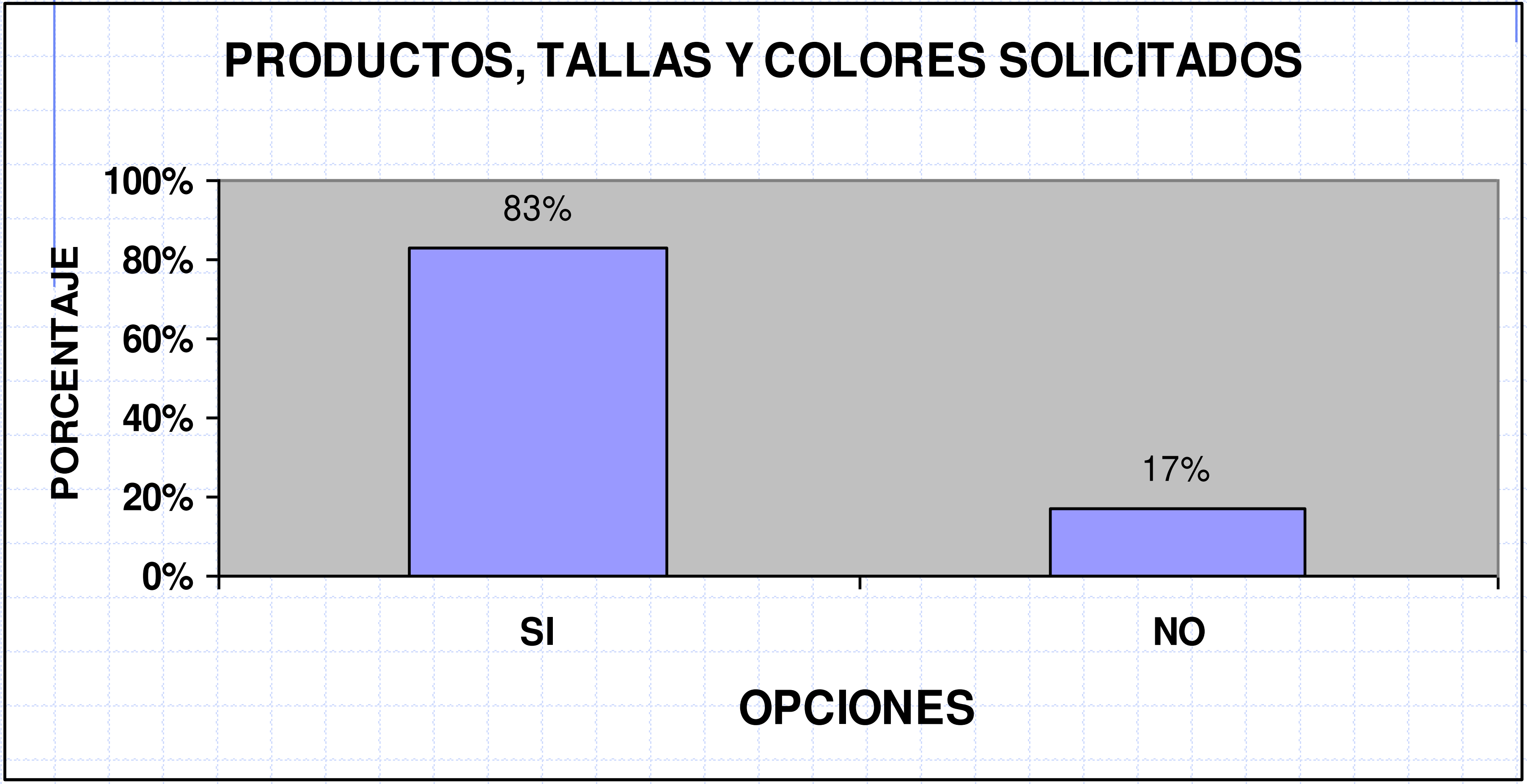
RESULTADOS OBTENIDOS

¿El idioma portugués ha sido un inconveniente para hacer conocer, vender o solicitar el producto?



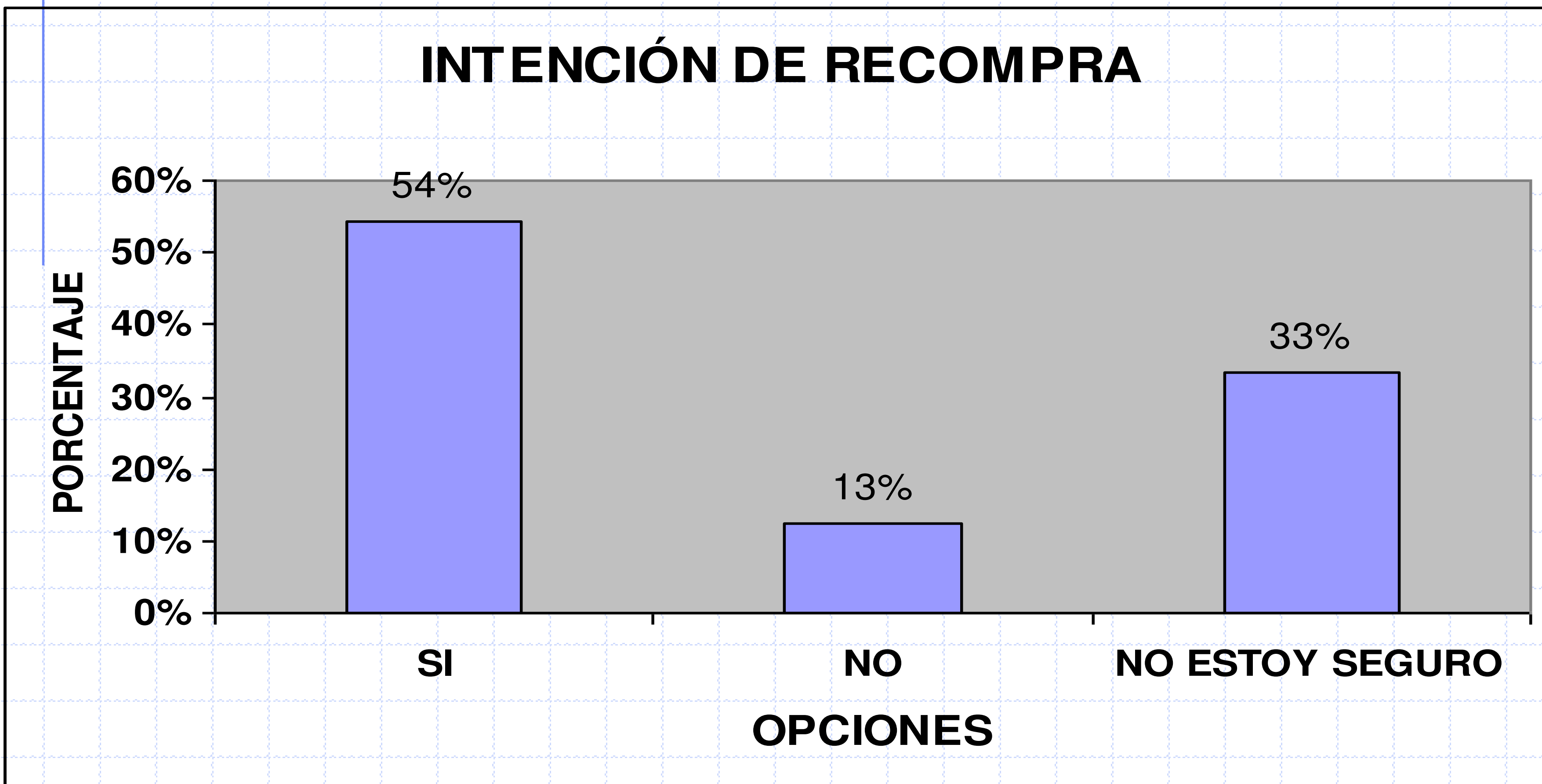
RESULTADOS OBTENIDOS

¿Los productos llegaron con los colores, tallas y medidas solicitadas por usted?



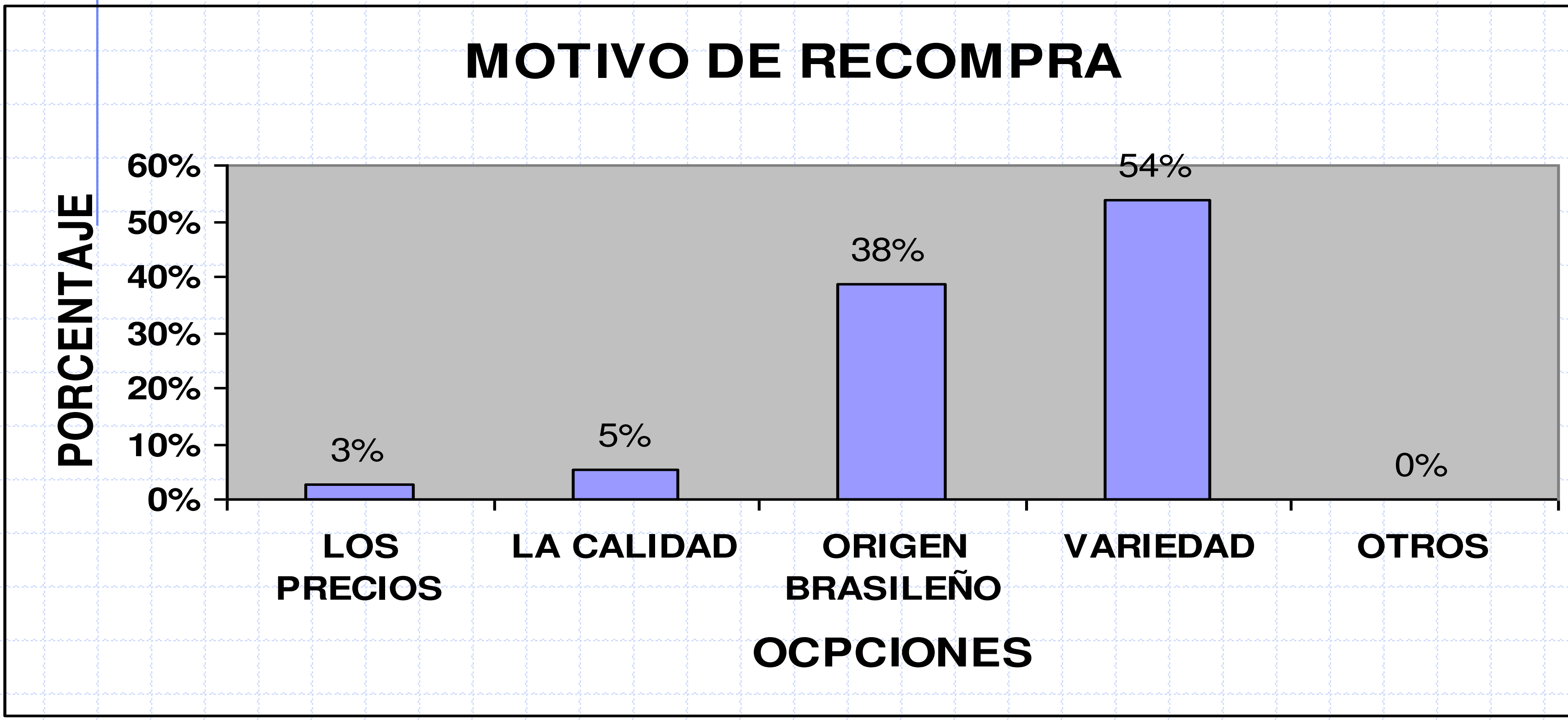
RESULTADOS OBTENIDOS

¿Volvería usted Sr. Cliente (o vendedora en su caso) a solicitar otro pedido?



RESULTADOS OBTENIDOS

Si su respuesta es positiva, ¿Qué cree que lo (a) haría a usted motivar a comprar en los tres catálogos? (o seguir vendiendo para el caso de la vendedora)



INVESTIGACIÓN DE PRECIOS

DESCUENTO PROMEDIO GLOBAL	
Promedio Catálogo Hermes	42.69%
Promedio Catálogo Bella	46.41%
Promedio Catálogo Duloren	39.18%
Promedio Catálogos Total	45.15%

INVESTIGACIÓN DE PRECIOS

DESCUENTO POR LÍNEAS DE PRODUCTOS	
Catálogo Hermes	
Ropa de Mujer (faldas, blusas Vestidos)	**49.97%**
Lencería	**25.40%**
Ropa de Dormir de Mujer	**39.24%**
Ropa de Hombre	**67.94%**
Relojes	**90.70%**
Ropa de Niños	**39.67%**
Zapatos (hombre y mujer)	**43.60%**
Accesorios Hogar	**49.01%**
Catálogo Bella	**46.41%**
Catálogo Duloren	**39.18%**

INVESTIGACIÓN DE PRECIOS

- Descuento Único ------- 30%
  - 22,20% Hermes
  - 30,70% Bella
  - 15,10% Duloren

ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS

- Gran variedad de productos
- Productos innovadores
- Únicos en el mercado.
- Buena aceptación de los Productos Brasileños
- Precisión en la entrega de productos
- Cero problemas de STOCK OUT
- Potencial de venta del catálogo (según plan piloto) está entre normal-alto.

ANÁLISIS FODA

- DEBILIDADES
  - Los catálogos vienen en portugués.
  - Precios altos.
  - Tiempo de entrega
  - Marcas no conocidas
  - No se comercializan todas las líneas

ANÁLISIS FODA

- OPORTUNIDADES

  - Tipo de cambio: mayores ganancias cuando se deprecia el real con respecto al dólar.

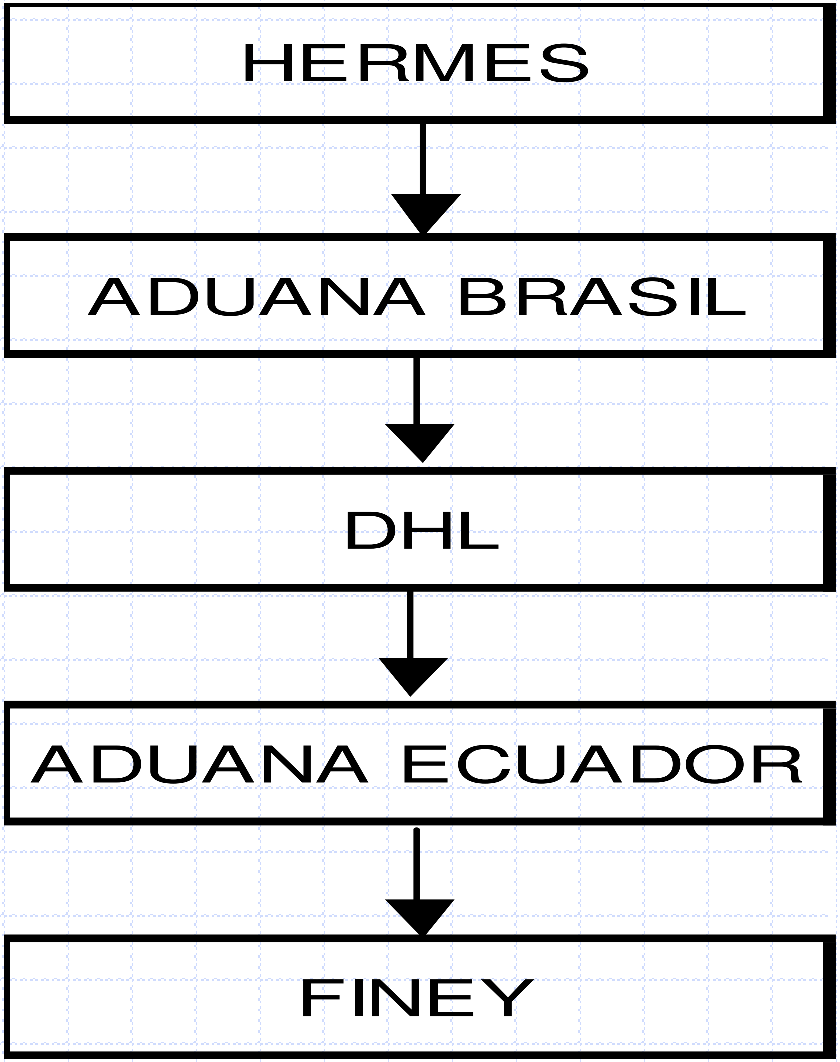
  - Ingreso de nuevas líneas al mercado por intermedio de la fuerza de ventas.

ANÁLISIS FODA

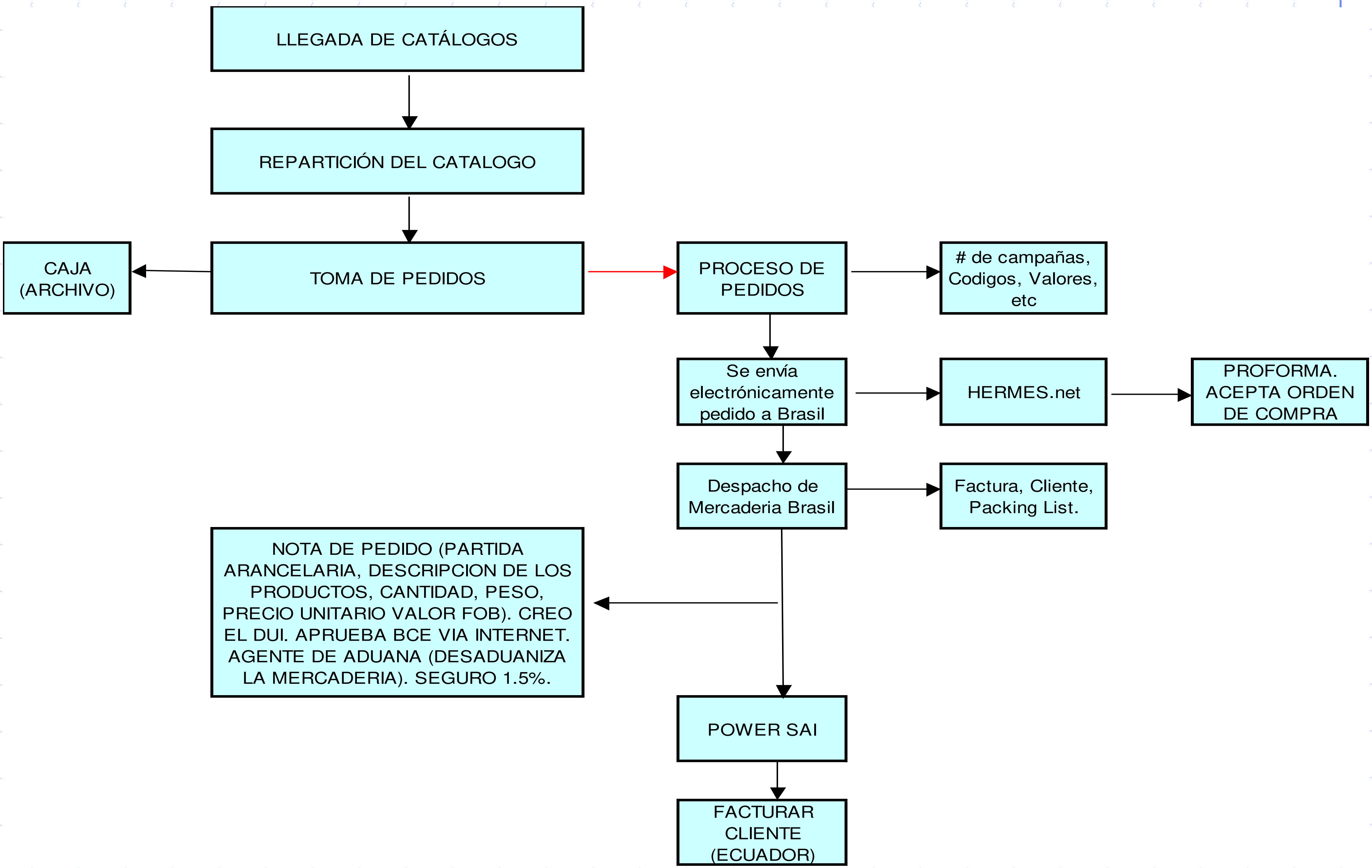
AMENAZAS

- Tipo de cambio: menores ganancias cuando se aprecia el real con respecto al dólar.
- Introducción de nuevos catálogos con características similares al de HERMES por medio de la competencia.
- Problemas en la aduana para la importación de la mercadería por cualquiera de los dos países (Paros y contratiempos).

FACTIBILIDAD LOGÍSTICA



FACTIBILIDAD LOGÍSTICA



PLAN DE COMUNICACIÓN

- POSICIONAMIENTO DE LA MARCA
- COMUNICACIÓN DEL NEGOCIO

POSICIONAMIENTO DE LA MARCA

- MEDIOS TRADICIONALES
  - TELEVISIÓN
  - RADIO
  - PRENSA
  - REVISTAS
- RELACIONES PÚBLICAS
- MARKETING VIRAL

POSICIONAMIENTO DE LA MARCA

PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD

	AÑOS				
	PRIMER	**SEGUNDO**	**TERCER**	**CUARTO**	**QUINTO**
GUAYAQUIL	$ 106.384	$ 14.400	$ 14.400	$ 14.400	$ 14.400
QUITO		$ 106.384	$ 14.400	$ 14.400	$ 14.400
PORTOVIEJO		$ 48.184	$ 14.400	$ 14.400	$ 14.400
TOTAL	**$ 106.384**	**$ 168.967**	**$ 43.200**	**$ 43.200**	**$ 43.200**

COMUNICACIÓN DEL NEGOCIO

- **EVENTOS**
  - EVENTO INTERNO
  - EVENTO EXTERNO
- **CAMPAÑAS**
  - LANZAMIENTO
  - EXPANSIÓN
  - MANTENIMIENTO

COMUNICACIÓN DEL NEGOCIO
CRONOGRAMA DE EVENTOS

1º AÑO			
GUAYAQUIL	LANZAMIENTO	EVENTO INTERNO	Cada 15 días durante 6 meses. Los meses siguientes cada mes.
		EVENTO EXTERNO	Cada 3 meses (4 veces al año)
QUITO	----------------		
PORTOVIEJO	----------------		

COMUNICACIÓN DEL NEGOCIO

CRONOGRAMA DE EVENTOS

2º AÑO			
GUAYAQUIL	EXPANSIÓN	EVENTO INTERNO	Cada 2 meses durante todo el año
		EVENTO EXTERNO	Solo fechas especiales.
QUITO	LANZAMIENTO	EVENTO INTERNO	Cada 15 días durante 6 meses. Los meses siguientes cada mes.
		EVENTO EXTERNO	Cada 3 meses
PORTOVIEJO	LANZAMIENTO	EVENTO INTERNO	Cada 15 días durante 6 meses. Los meses siguientes cada mes.
		EVENTO EXTERNO	Cada 3 meses

COMUNICACIÓN DEL NEGOCIO

CRONOGRAMA DE EVENTOS

3º AÑO			
GUAYAQUIL	EXPANSIÓN	EVENTO INTERNO	Cada 2 meses durante todo el año
		EVENTO EXTERNO	Solo fechas especiales
QUITO	EXPANSIÓN	EVENTO INTERNO	Cada 2 meses durante todo el año
		EVENTO EXTERNO	Solo fechas especiales
PORTOVIEJO	EXPANSIÓN	EVENTO INTERNO	Cada 2 meses durante todo el año
		EVENTO EXTERNO	Solo fechas especiales

COMUNICACIÓN DEL NEGOCIO

CRONOGRAMA DE EVENTOS

4º AÑO			
GUAYAQUIL	MANTENIMIENTO	EVENTO INTERNO	Cada 2 meses durante todo el año
		EVENTO EXTERNO	Solo fechas especiales
QUITO	EXPANSIÓN	EVENTO INTERNO	Cada 2 meses durante todo el año
		EVENTO EXTERNO	Solo fechas especiales
PORTOVIEJO	EXPANSIÓN	EVENTO INTERNO	Cada 2 meses durante todo el año
		EVENTO EXTERNO	Solo fechas especiales

COMUNICACIÓN DEL NEGOCIO

CRONOGRAMA DE EVENTOS

5º AÑO			
GUAYAQUIL	MANTENIMIENTO	EVENTO INTERNO	Cada 2 meses durante todo el año
		EVENTO EXTERNO	Solo fechas especiales
QUITO	MANTENIMIENTO	EVENTO INTERNO	Cada 2 meses durante todo el año
		EVENTO EXTERNO	Solo fechas especiales
PORTOVIEJO	MANTENIMIENTO	EVENTO INTERNO	Cada 2 meses durante todo el año
		EVENTO EXTERNO	Solo fechas especiales

PRESUPUESTO DE LOS EVENTOS

	AÑOS				
	PRIMER	**SEGUNDO**	**TERCER**	**CUARTO**	**QUINTO**
GUAYAQUIL	$20.450	$13.350	$13.350	$13.350	$13.350
QUITO	0,00	$20.850	$13.650	$13.650	$13.650
PORTOVIEJO	0,00	$15.820	$10.440	$10.440	$10.440
TOTAL	**$20.450**	**$50.020**	**$37.440**	**$37.440**	**$37.440**

PROYECCIÓN DE ASESORAS DE MODA

	# EVEN	GUAYAQUIL		# EVEN	PORTOVIEJO		# EVEN	QUITO		TOTAL NACIONAL	DESERCION	ACUM.
		PERSONAS			PERSONAS			PERSONAS				
	AÑO	UNID	TOTAL	AÑO	UNID	TOTAL	AÑO	UNID	TOTAL		10%	
1 AÑO												
EVENTOS INTERNOS	18	50	270									
EVENTOS EXTERNOS	4	300	360									
TOTAL 1 AÑO			**630**							**630**	**0**	**630**
2 AÑO												
EVENTOS INTERNOS	6	50	90	18	30	162	18	50	270			
EVENTOS EXTERNOS	3	300	270	4	150	180	4	300	360			
TOTAL 2 AÑO			**360**			**342**			**630**	**1332**	**63**	**1,899**
3 AÑO												
EVENTOS INTERNOS	6	50	90	6	30	54	6	50	90			
EVENTOS EXTERNOS	3	300	270	3	150	135	3	300	270			
TOTAL 3 AÑO			**360**			**189**			**360**	**909**	**190**	**2,618**

PROYECCIÓN DE ASESORAS DE MODA

	# EVEN	GUAYAQUIL		# EVEN	PORTOVIEJO		# EVEN	QUITO		TOTAL NACIONAL	DESERCION	ACUM.
		PERSONAS			PERSONAS			PERSONAS				
	AÑO	UNID	TOTAL	AÑO	UNID	TOTAL	AÑO	UNID	TOTAL		10%	
4 AÑO												
EVENTOS INTERNOS	6	50	90	6	30	54	6	50	90			
EVENTOS EXTERNOS	3	300	270	3	150	135	3	300	270			
TOTAL 4 AÑO			**360**			**189**			**360**	**909**	**262**	**3,265**

5 AÑO												
EVENTOS INTERNOS	6	50	90	6	30	54	6	50	90			
EVENTOS EXTERNOS	3	300	270	3	150	135	3	300	270			
TOTAL 5 AÑO			**360**			**189**			**360**	**909**	**327**	**3,848**

FACTIBILIDAD FINANCIERA

- OBJETIVOS
- METODOS DE EVALUACIÓN
  - VAN
  - TIR
  - PAYBACK

FACTIBILIDAD FINANCIERA

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN PROYECTO "HERMES"		
RUBRO		**Valor**
Software y Hardware		6.650,00
Software Base	3.500,00	
Desarrollo Red y Ajustes	1.500,00	
Hardware (Equip. De Comput)	1.300,00	
Comunicaciones (intranet)	350,00	
Reclutamiento y Capacitación		4.185,00
Convocatorias y Eventos	3.920,00	
Capacitación	265,00	
Promoción y Divulgación		31.861,18
Medios escritos	31.861,18	
Equipos y Otros		2.400,00
Central Telefónica	2.000,00	
Adecuaciones Oficina	400,00	
Total Inversión		**45.096,18**

FACTIBILIDAD FINANCIERA

PRESUPUESTO DE PERSONAL "PROYECTO HERMES"					
RUBROS	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
ADMINISTRACIÓN					
Administrador	4.800,00	9.600,00	9.888,00	10.184,64	10.490,18
Asistente de Contabilidad	2.160,00	6.480,00	6.674,40	6.874,63	7.080,87
Facturador	2.160,00	6.480,00	6.674,40	6.874,63	7.080,87
Despachador	2.160,00	6.480,00	6.674,40	6.874,63	7.080,87
Sistemas	2.160,00	2.160,00	2.224,80	2.291,54	2.360,29
Conserje	1.800,00	1.800,00	1.854,00	1.909,62	1.966,91
Total Administración	**15.240,00**	**33.000,00**	**33.990,00**	**35.009,70**	**36.059,99**
Ventas					
Gerente De Ventas	4.800,00	9.600,00	9.888,00	10.184,64	10.490,18
Asistente de Ventas (atención al Cliente)	2.160,00	2.160,00	2.224,80	2.291,54	2.360,29
Total de Ventas	**6.960,00**	**11.760,00**	**12.112,80**	**12.476,18**	**12.850,47**
Total Proyecto	**22.200,00**	**44.760,00**	**46.102,80**	**47.485,88**	**48.910,46**

HERMES - FINEY (ECUADOR)

ESTADISTICAS PLAN PILOTO

Parámetros Básicos		
Tipo de Cambio		2,2960
Arancel		20%
Seguro		1,20%
Descuentos		
Descuento Comercial		20%
Descuento Distribuidor		18%
Descuento Ecuador		20%
Tarifas DHL		
Variable		
Por Kilo	1,80 $	
Fijos		
Valor Despacho		87,11
Valor Manipulación		26,13
Valor de Coleta		52,26
Otros		6,05

HERMES - FINEY (ECUADOR)

ESTADISTICAS PLAN PILOTO

Parámetros Básicos

Total Fijos Flete	**171,55**
Alícuota Cargos Fijos Flete 1er año	0,19
Alícuota Cargos Fijos Flete 2do año	0,03
Alícuota Cargos Fijos Flete 3er año	0,02
Alícuota Cargos Fijos Flete 4to año	0,01
Alícuota Cargos Fijos Flete 5to año	0,01
Promedio	**0,05**
Desaduanización Ecuador	
Agente de Aduana y varios	2%
Fodinfa	0,50%
Corpei	0,025%

FACTIBILIDAD FINANCIERA

Cálculo del Costo en Bodega		
FOB		22,86
Costos de Puesta en Bodega		48,68%
Seguro		
Flete		
Aranceles		
Corpei		
Fodinfa		
Cargos Fijos Brasil despacho		
Cargos Fijos destino Ecuador		
Total Costo de Producto en Bodega		**33,98**

FACTIBILIDAD FINANCIERA

Estructura Comercial

Variables	
Descuento 1	20,00%
Descuento 2	18,00%
Descuento 3	20,00%
Tipo de Cambio	2,296

Variables	
Descuento Consumidor Final.	30,00%
Descuento Ejecutiva	25,00%

Precio Catálogo	100,00
Descuento 1	80,00
Descuento 2	65,60
Descuento 3	52,48
Tipo de Cambio	22,86
Costo FOB	**22,86**
Costo en Bodega Finey	**33,98**

Precio Catálogo	100,00
Descuento Consumidor Final.	70,00
Descuento Ejecutiva	52,50
Ingreso Neto	**52,50**

Margen de Contribución	**35,27%**

FACTIBILIDAD FINANCIERA

PROYECCIÓN DE VENTAS ANUALES	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Venta P.V.P estimada	**460.223**	**2.568.717**	**5.149.331**	**6.679.648**	**8.594.062**
Descuento Comercial Consumidor	**138.067**	**770.615**	**1.544.799**	**2.003.894**	**2.578.219**
Venta Bruta	**322.156**	**1.798.102**	**3.604.532**	**4.675.754**	**6.015.844**
Descuento Asesoras de Moda	**80.539**	**449.525**	**901.133**	**1.168.938**	**1.503.961**
Ventas Neta	**241.617**	**1.348.576**	**2.703.399**	**3.506.815**	**4.511.883**

FACTIBILIDAD FINANCIERA

PROYECCIÓN PyG Anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Netas	**241.617**	**1.348.576**	**2.703.399**	**3.506.815**	**4.511.883**
Costo de ventas	156.405	872.968	1.749.979	2.270.051	2.920.657
Utilidad Bruta en Ventas	**85.212**	**475.608**	**953.419**	**1.236.764**	**1.591.225**
Gastos Operacionales					
Gastos Administrativos	**18.253**	**36.084**	**38.697**	**39.847**	**40.974**
Sueldo y Beneficios	15.240	33.000	33.990	35.010	36.060
Suministros	360	371	382	393	405
Servicios Básicos	1.800	1.854	1.910	1.967	2.026
Depreciación	433	433	371	1.910	1.910
Amortización	240	240	1.854	371	371
Varios	180	185	191	197	203
Gastos de Ventas	**260.186**	**440.312**	**497.204**	**618.099**	**805.313**
Sueldos y Beneficos	6.960	11.760	12.113	12.476	48.910
Comisiones	36.243	202.286	405.510	526.022	676.782
Gasto de Eventos Internos	4.770	9.780	4.320	4.320	4.320
Gasto de Eventos Externos	15.680	40.240	33.120	33.120	33.120
Publicidad	192.784	168.967	36.960	36.960	36.960
Gastos de Promoción	3.150	6.660	4.545	4.545	4.545
Varios	600	618	637	656	675
Total Gastos Operacionales	**278.439**	**476.395**	**535.901**	**657.946**	**846.287**
Utilidad Antes de Particip. E Impuestos	**-193.227**	**-787**	**417.518**	**578.818**	**744.938**
Participación de Trabajadores	0	0	62.628	86.823	111.741
Utilidad Gravable	**-193.227**	**-787**	**354.890**	**491.995**	**633.197**
Impuesto a la Renta	0	0	88.723	122.999	158.299
Utilidad Neta	-193.227	-787	266.168	368.996	474.898

FACTIBILIDAD FINANCIERA

CÁLCULO CAPITAL DE TRABAJO POR EL DÉFICIT ACUMULADO

RESUMEN FLUJO DE CAJA ACUMULADO

	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
1ER AÑO	-1.886	-39.389	-72.563	-84.512	-99.763	-110.216	-119.294	-127.638	-135.151	-141.951	-147.724	-156.243
2DO AÑO	-166.489	-174.811	-181.325	-186.175	-188.777	-189.412	-188.690	-186.863	-183.941	-179.896	-174.673	-168.217
3ER AÑO	-150.188	18.873	19.570	20.160	21.426	22.307	22.943	23.579	24.203	24.810	25.496	26.433
4TO AÑO	53.467	81.252	109.674	138.628	168.695	199.579	231.035	263.063	295.654	328.790	362.541	397.127
5TO AÑO	433.143	469.875	507.223	545.081	583.998	623.709	663.969	704.778	746.127	788.001	830.463	873.723

CAPITAL DE TRABAJO	-189.411,63

FLUJO DE CAJA PROYECTADO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Ventas Netas		241.617	1.348.576	2.703.399	3.506.815	4.511.883
Costo de ventas		156.405	872.968	1.749.979	2.270.051	2.920.657
Utilidad Bruta en Ventas		**85.212**	**475.608**	**953.419**	**1.236.764**	**1.591.225**
Gastos Operacionales						
Gastos Administrativos		**18.253**	**36.084**	**37.146**	**38.240**	**39.367**
Sueldo y Beneficios		15.240	33.000	33.990	35.010	36.060
Suministros		360	371	382	393	405
Servicios Básicos		1.800	1.854	1.910	1.967	2.026
Depreciación		433	433	433	433	433
Amortización		240	240	240	240	240
Varios		180	185	191	197	203
Gastos de Ventas		**260.186**	**440.312**	**497.204**	**618.099**	**805.313**
Sueldos y Beneficos		6.960	11.760	12.113	12.476	48.910
Comisiones		36.243	202.286	405.510	526.022	676.782
Gasto de Eventos Internos		4.770	9.780	4.320	4.320	4.320
Gasto de Eventos Externos		15.680	40.240	33.120	33.120	33.120
Publicidad		192.784	168.967	36.960	36.960	36.960
Gastos de Promoción		3.150	6.660	4.545	4.545	4.545
Varios		600	618	637	656	675
Total Gastos Operacionales		**278.439**	**476.395**	**534.350**	**656.339**	**844.680**
Utilidad Antes de Particip. E Impuestos		**-193.227**	**-787**	**419.069**	**580.425**	**746.545**
Participación de Trabajadores		0	0	62.860	87.064	111.982
Utilidad Gravable		**-193.227**	**-787**	**356.209**	**493.361**	**634.563**
Impuesto a la Renta		0	0	89.052	123.340	158.641
Utilidad Neta		**-193.227**	**-787**	**267.157**	**370.021**	**475.922**
Depreciación		433	433	433	433	433
Amortización		240	240	240	240	240
Parte de Inversión Afecta a Imptos		**36.311**				
Eventos Internos		530				
Eventos Externos		3.920				
Publicidad		31.861				
INVERSIÓN INICIAL	**-45.096**					
CAPITAL DE TRABAJO	**-189.412**					**189.412**
FLUJO DE CAJA	**-234.508**	**-156.243**	**-113**	**267.830**	**370.694**	**666.007**

FACTIBILIDAD FINANCIERA

TABLA DE AMORTIZACIÓN	
Préstamo	117.254
Tasa	12,00%
Número de Pagos	5
Cuota	32.527,37

Pago	Cuota	Interés	Amortización	Saldo de Deuda
0	0,00	0,00	0,00	117.253,90
1	32.527,37	14.070,47	18.456,91	98.797,00
2	32.527,37	11.855,64	20.671,73	78.125,26
3	32.527,37	9.375,03	23.152,34	54.972,92
4	32.527,37	6.596,75	25.930,62	29.042,30
5	32.527,37	3.485,08	29.042,30	0,00

Préstamo 1	234.507,81
Tasa	0,13
Número de Pagos	5,00
Cuota	66.673,98

FLUJO DE CAJA CON DEUDA	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Ventas Netas		241.617	1.348.576	2.703.399	3.506.815	4.511.883
Costo de ventas		156.405	872.968	1.749.979	2.270.051	2.920.657
Utilidad Bruta en Ventas		**85.212**	**475.608**	**953.419**	**1.236.764**	**1.591.225**
Gastos Operacionales						
Gastos Administrativos		**18.253**	**36.084**	**37.146**	**38.240**	**39.367**
Gastos de Ventas		**260.186**	**440.312**	**497.204**	**618.099**	**805.313**
Gastos Financieros		**14.070**	**11.856**	**9.375**	**6.597**	**3.485**
Intereses Deuda		14.070	11.856	9.375	6.597	3.485
Total Gastos Operacionales		**292.510**	**488.251**	**543.725**	**662.936**	**848.165**
Utilidad Antes de Particip. E Impuestos		**-207.298**	**-12.642**	**409.694**	**573.828**	**743.060**
Participación de Trabajadores		0	0	61.454	86.074	111.459
Utilidad Gravable		**-207.298**	**-12.642**	**348.240**	**487.754**	**631.601**
Impuesto a la Renta		0	0	87.060	121.938	157.900
Utilidad Neta		**-207.298**	**-12.642**	**261.180**	**365.815**	**473.701**
Depreciación		433	433	433	433	433
Amortización		240	240	240	240	240
Parte de Inversión Afecta a Imptos		**36.311**				
Eventos Internos		530				
Eventos Externos		3.920				
Publicidad		31.861				
AMORTIZACIÓN PRÉSTAMO		**-18.457**	**-20.672**	**-23.152**	**-25.931**	**-29.042**
PRÉSTAMO	117.254					
INVERSIÓN	-45.096					
CAPITAL DE TRABAJO	-189.412					189.412
FLUJO DE CAJA	**-117.254**	**-151.856**	**-32.641**	**238.701**	**340.558**	**634.743**

FACTIBILIDAD FINANCIERA

EVALUACIÓN FINANCIERA		
RUBROS	**FLUJO DEL INVERSIONISTA**	**FLUJO CON DEUDA**
Valor presente del Proyecto	$ 471.135	$ 408.247
Inversión	-$ 234.508	-$ 117.253
VAN (Valor Actual Neto)	**$ 236.627**	**$ 290.993**
Rentabilidad Esperada	20%	20%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	**36,87%**	**47,86%**

FACTIBILIDAD FINANCIERA

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD			
Variables a Sensibilizar		**Resultados**	
Rubros	**Valor**	**VAN**	**TIR**
Tipo de Cambio	2	-171.085	8,89%
Costo KG DHL (Incr. 10%)	1,98	186.219	33,19%
Comisiones (Inc. 10 ptos Porc)	25%	236.627	36,87%
Nivel de Ventas (Reducción 10%)	-10%	148.073	30,82%
Aranceles (Inc. En 10 ptos porc)	30%	-25.655	18,26%
Descuento Consumidor Final (Inc. En 10 ptos porc)	40%	-317.606	0,17%

FACTIBILIDAD FINANCIERA

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD			
Variables a Sensibilizar		**Resultados**	
Rubros	**Valor**	**VAN**	**TIR**
Tipo de Cambio	2,11	0,00	20%
Costo KG DHL	2,62	0,00	20%
Comisiones	19,78%	0,00	20%
Nivel de Ventas	81,19%	0,00	20%
Aranceles	29,05%	0,00	20%
Descuento Consumidor Final	34,82%	0,00	20%

CONCLUSIONES

- El proyecto presenta un gran atractivo comercial por la gran variedad de artículos que comercializa y por ser estos artículos de origen brasileño, no existiendo en el mercado catálogo con características similares.

- Desde el punto de vista comercial, los precios de los productos comercializados en los catálogos son elevados con respecto a productos similares que se comercializan en el medio por lo tanto para poder entrar al mercado ecuatoriano debe ser con algún tipo de descuento al consumidor final.

CONCLUSIONES

- Desde el punto de vista logístico, el proceso de toma de pedidos, importación y entrega de mercadería se ajustó en lo referente a tiempo a lo que estarían dispuesto a esperar los consumidores.

- El proyecto es financieramente rentable bajo los supuestos presentados en el análisis financiero, pero con un alto grado de riesgo o sensibilidad a los movimientos del tipo de cambio real – dólar pudiendo esta variable volver al proyecto altamente atractivo como también hacerlo fracasar.

RECOMENDACIONES

- Dar un único descuento para todos los catálogos y no por líneas de productos, ya que esto podría ocasionar confusión tanto a las ejecutivas como al consumidor final.

- Se recomienda entrar al mercado ecuatoriano con un descuento al consumidor final no menor al 30% para colocar los catálogos en nivel relativamente competitivos.

RECOMENDACIONES

- Tratar de establecer un acuerdo comercial con Hermes para fijar el tipo de cambio en un valor no menor a 2,11 reales por dólar por un plazo de 5 años, haciendo revisiones anuales de este acuerdo, con el fin de garantizar la estabilidad de los flujos tanto para FINEY S.A. como para Hermes.

- Posicionar los catálogos bajo la marca Hermes, procurando la no-identificación con la marca Finey. (No Diversificación de la Línea del Negocio).

RECOMENDACIONES

- Negociar con la empresa Hermes su participación en las inversiones que se realizarán en publicidad, ya que ésta va dirigida a posicionar la marca “Hermes”.
- Crear una relación a largo plazo con los participantes en el proceso logístico, para de esta manera ser más productivo en tiempos y costos.
- Establecer programas de capacitación constante a la fuerza de ventas sobre el uso de los catálogos con respecto a los colores, idioma y tabla de medidas que son diferentes a las del medio ecuatoriano.

GRACIAS POR SU ATENCIÓN