



CMMC

EXPORTACION DE CALZADO EN CUERO A CIUDAD DE MEXICO.

C.I.. CALMECO S.A

22/05/2012

PLAN DE NEGOCIO
C.I CALMECO S.A

EXPORTACION DE CALZADO EN CUERO A CIUDAD DE MEXICO

CAMILO CALLE RAMÍREZ
JUAN CARLOS GALLO RESTREPO

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER
FACULTAD DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
TECNOLOGÍA EN COMERCIO INTERNACIONAL
MEDELLÍN
2012

COPYRIGHT

EL USO DE ESTA PLANTILLA ESTA LIMITADA A LOS ESTUDIANTES AUTORIZADOS QUE ESTÉN REALIZANDO PLANES DE NEGOCIOS, YA SEA PARA CURSOS REGULARES O A NOMBRE PROPIO CON EL AVAL DE LA INSTITUCIÓN. DE CUALQUIER FORMA, AL HACER USO DE ÉSTA, DEBE CITARSE LA FUENTE. NO ESTA PERMITIDA LA REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL DE ESTA PLANTILLA POR CUALQUIER MEDIO, SIN EL PERMISO PREVIO Y POR ESCRITO DEL TITULAR DEL COPYRIGHT

DERECHOS RESERVADOS © 2012 CAMILO CALLE RAMÍREZ – JUAN CARLOS GALLO RESTREPO, ESTUDIANTES DE LA TECNOLOGÍA DE COMERCIO INTERNACIONAL ESUMER.
CAMILOCALLERAMIREZ@HOTMAIL.COM. CALLE 32A NO 46-08 ITAGÜÍ-ANTIOQUIA –COLOMBIA TELÉFONOS 3127187559

Tabla de contenido

RESUMEN EJECUTIVO	7
INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO	9
PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS	10
INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA	11
Nombre de la empresa.....	11
Descripción de la empresa.....	11
Misión de la Empresa.....	12
Objetivos a corto, mediano y largo plazo.....	12
Ventajas Competitivas	13
Necesidad o problema que se quiere intervenir	13
Relación de productos y/o servicios	14
Calzado femenino.....	14
Calzado masculino.....	14
Justificación del Negocio	15
Análisis del entorno y del sector	15
Datos generales de México.....	15
Sector calzado en México.....	17
Conocimientos básicos para entrar en el Negocio	19
Análisis del mercado	20
Objetivos de Mercadeo.....	20
Descripción del Portafolio de Bienes y/o Servicios	21
El Mercado Meta de los Bienes y/o Servicios	22
El Mercado Meta.....	22
Estudio del Mercado Consumidor	23
Objetivos del estudio del mercado consumidor.....	23
Medios a través de los cuales se realizó el estudio del Consumidor.....	23
Aplicación de la Medios.....	24
Resultados del estudio de los consumidores.....	24
El Mercado Proveedor	28
Proveedores.....	28
Estudio del Mercado de Proveedor.....	28
Resultados del estudio de los proveedores.....	29
Estudio del Mercado Competidor	30
Variables estudiadas del mercado Competidor.....	30
Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor.....	30
Resultados del Estudio de la Competencia.....	30
Principales fabricantes mexicanos de calzado.....	31

El Mercado Distribuidor	32
Distribución	32
Actividades de promoción y divulgación:.....	33
Precios de los Productos	33
Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos	33
Los Precios de los productos tomando como base los Costos	33
Los Precios de los Productos propuestos	35
Política de Precios.....	35
Costos asociados a las Actividades de Comercialización	35
Riesgos y Oportunidades del mercado	36
Plan de ventas	37
Objetivos de producción	38
Objetivos de mediano plazo.....	38
Objetivos en el largo plazo.....	38
Objetivos en el corto plazo.....	38
Descripción del proceso de producción	39
Proceso de producción.....	39
Elementos y medios tecnológicos que ayudan a la realización de la producción.....	40
Personal necesario para la realización efectiva del proceso productivo.....	41
Capacidad de producción	42
Plan de Producción	43
Recursos materiales y humanos para la producción	43
Locaciones.....	43
Planos locativos.....	44
Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.	45
Requerimientos de materiales e insumos.	45
Requerimientos de servicios.....	46
Requerimientos de personal.....	47
Programa de producción	50
Descripción del programa de producción	50
Aspectos administrativos	50
Descripción de los procesos administrativos.....	50
Procesos administrativos externalizados	52
Estructura Organizacional del Negocio	53
Organigrama.....	53
Descripción funcional de la Organización.....	53
Recursos materiales y humanos para la administración	55
Locaciones.....	55
Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.....	56
Requerimientos de materiales de oficina.	57
Requerimientos de personal.....	58

Programa de administración	59
Aspectos legales	61
Tipo de Organización empresarial	61
Certificaciones y gestiones ante entidades publicas	61
Funcionamiento y operación legal	61
Otros trámites complementarios	62
Requisitos de cumplimiento en país de destino.	63
Normatividad	63
Requerimientos a cumplir por el calzado:	64
Informes financieros	65
Ventas.....	65
Estructura de costos.....	66
Punto de equilibrio	67
Flujo de caja y ventas proyectadas	68
Flujo de caja año 2 y 3	70
Estructura financiera	72
Capital de trabajo	73
Estado de resultados	74
Bibliografía	76

RESUMEN EJECUTIVO

La C.I. Calmecho s.a. Es una empresa dedicada a la comercialización de calzado en cuero para hombres y mujeres inicialmente a México. La empresa se encarga de comprar el producto terminado y empacado a empresas productoras nacionales colombianas, contando con solicitudes de compra de empresas mexicanas especializadas en la distribución y comercialización de calzado.

La exportación de calzado en cuero a ciudad de México esta en constante crecimiento.

Las empresas de calzado colombianas que fabrican su producto en cuero tienen una alta distinción por el diseño, elegancia, comodidad y buen precio de sus productos.

Nuestro producto se caracteriza por tener un grado de comodidad superior a el común de las marcas participantes en el mercado mexicano, posee un diseño estándar el cual permite que la mayoría de las personas se ajusten a su estilo, además ingresaremos con un precio de venta por debajo del nivel promedio de calzado en cuero de alta gama.

Los productos con los cuales se pretende satisfacer las necesidades del mercado son estos:

Descripción de producto	Referencia	Costo	Precio de venta	Unidades de venta mensuales por par
Sandalia con elástico en talón, alt. 7 1/2	Bf56097	69,112.34	94,000	180
Tacón clásico despuntado, alt. 7 1/2	Dj46790	74,701.38	125,000	200
Mocasín, exterior e interior en cuero, suela de cuero natural cocida, tacón reforzado. Color negro	Aa20003	79,187.08	110,000	210
Zapato exterior e interior en cuero, suela doble de cuero cocida, tacón de cuero reforzado. Color negro	Ab00005	81,773.59	115,000	220

Zapatilla exterior e interior en cuero, media punta, color negro.	Ac00024	71,590.33	112,000	190
---	---------	-----------	---------	-----

Demanda del producto:

. El mercado potencial para la venta de calzado de cuero son 4.876.000 personas, las cuales tendrían un consumo de 13.165.200 pares de zapatos al año, esto es, integrando solo a las personas con capacidad adquisitiva en productos de cuero correspondientes a los niveles socioeconómicos C y C+ de la población de ciudad de México. (Instituto nacional de estadística y geografía Mexico, 2012)

La proyección demandada esta inicialmente dada en un 0.1% del consumo actual mensual en ciudad de México equivalente a 1.097 pares de zapatos.

Proveedores:

- Calzado kondor
CI 79 b sur 50-150 bdg 155 la estrella
- Oscar eduardo garcía calzadiseños
Cr45 72-51
- Creaciones zafhir's ltda
Cr65 74-75 Bdg 176 Multicentro Caribe

Distribución

El producto llegara directamente a empresas importadoras, las cuales se encargaran de distribuir el producto en los principales puntos de venta de México.

Requerimientos financieros:

Aporte socios:137'452.314

Préstamo bancario: 142'725.906 a un plazo de 36 meses con cuotas fijas de 5'412.447 mensuales, a un interés mensual de 1.79%, financiado con Coomeva bajo un respaldo hipotecario.

Utilidad neta esperada: 3%

Utilidad neta recibida: 9.86%

INFORMACIÓN SOBRE LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO

CAMILO CALLE RAMIREZ

IDENTIFICACIÓN:	1037605641	TELÉFONO:	3727612	CELULAR:	3127187559
DIRECCIÓN:	CALLE 32ª #46-08			BARRIO:	SAN PIO X.
CIUDAD	ITAGÜÍ	CORREO ELECTRÓNICO:		CAMILOCALLERAMIREZ@HOTMAIL.CO M	

JUAN CARLOS GALLO RESTREPO

IDENTIFICACIÓN:	71796656	TELÉFONO:	2140043	CELULAR:	3117240790
DIRECCIÓN:	CARRERA 42B #94-60 INTERIOR 201			BARRIO:	MANRIQUE
CIUDAD	MEDELLIN	CORREO ELECTRÓNICO:		JUANGALLOS@HOTMAIL.COM	

PROPÓSITO DEL PLAN DE NEGOCIOS

Este propósito se basa en la realización del trabajo de grados como requisito para obtener el título de tecnólogos en comercio internacional.

Como propósito secundario, realizamos este trabajo de grado para tener unas bases solidas sobre la realización de un plan de negocios para utilizar este conocimiento en el momento que queramos establecernos como fundadores de una empresa, crear un proyecto de implementación de ideas para empresas ya existentes, o para desarrollar ideas solidas de negocio y posteriormente poder venderla a accionistas interesados en el diseño del nuevo negocio.

INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

Nombre de la empresa

C.I. CALMECO S.A.

El diseño del nombre de Calmecco se basa en la idea inicial de negocios planteada por la empresa, la cual se trata de comercialización de calzado colombiano a México:

Cal: calzado

Me: México

Co: Colombia

Establecimos este nombre porque resume la razón actual de la empresa, señala el tipo de producto que comercializamos, es un nombre corto y es fácil de recordar, además que brinda un nivel de seguridad y seriedad hacia el cliente.

Descripción de la empresa

La C.I. Calmecco s.a. es una empresa dedicada actualmente a la comercialización de calzado en cuero para hombres y mujeres a México. La empresa se encarga de comprar el producto terminado y empacado a empresas productoras nacionales colombianas, contando con solicitudes de compra de empresas mexicanas especializadas en la distribución y comercialización de calzado.

C.I. Calmecco s.a. posee una oficina y una bodega en la cual se almacena el producto a exportar.

La oficina se encuentra ubicada en la calle 33, numero 25^a-45 3er piso, oficina 304 Medellín- Antioquia. La bodega esta ubicada en la carrera 47, calle 64 A 162 bodega 32, Rionegro-Antioquia, lugar que facilita el transporte de la mercancía por su cercanía con el aeropuerto internacional José María Córdova en Rionegro - Antioquia.

La empresa tiene una estructura organizacional compuesta por un gerente, una secretaria y un coordinador de operaciones, además de contar con otro personal de subcontratación de los cuales hace parte el contador, la vigilancia y aseo.

Misión de la Empresa

La C.I. CALMECO S.A. es una empresa orientada a la comercialización y promoción de calzado en cuero de excelente fabricación para dama y caballero en el mercado internacional, satisfaciendo sus necesidades de comodidad, elegancia y estilo. Ofreciendo una alta calidad en diseño y fabricación, y un precio ajustado a los diferentes tipos de clientes de un rango económico medio y alto, así mismo nos fortalecemos en el mercado americano, alcanzando el logro de objetivos y metas propuestas, apoyando continuamente el crecimiento empresarial de nuestros proveedores.

Objetivos a corto, mediano y largo plazo

Objetivo general

Para el 2018 seremos una empresa líder en exportación de calzado en cuero de alta gama, siendo nuestros principales clientes los países latinoamericanos y centroamericanos.

Objetivos específicos

Iniciar las actividades empresariales de exportación de calzado a México en enero de 2013

En el recorrido del año 2013, debido a la creciente solicitud de productos, aumentaremos nuestro personal, realizando todas las contrataciones directamente con la compañía y asignando 2 nuevos cargos para el manejo de proveedores y ventas.

Para el año 2015 aumentaremos nuestros clientes en México, ampliando nuestra cobertura a nivel nacional en un 30%, creciendo como mínimo con 10 nuevos clientes

Para el 2016 gracias al éxito de comercialización, nos estableceremos como productores realizando alianzas estratégicas con nuestros actuales proveedores.

En el 2017 ampliaremos nuestro mercado a los países de Centro América, teniendo como principales referencias Guatemala, Honduras, Nicaragua y Costa Rica, con al menos un socio estratégico en cada país.

VENTAJAS COMPETITIVAS

Las empresas de calzado colombianas que fabrican su producto en cuero tienen una alta distinción por el diseño, elegancia, comodidad y buen precio de sus productos.

Nuestro producto se caracteriza por tener un grado de comodidad superior a el común de las marcas participantes en el mercado mexicano, posee un diseño estándar el cual permite que la mayoría de las personas se ajusten a su estilo, además ingresaremos con un precio de venta por debajo del nivel promedio de calzado en cuero de alta gama.

Todos nuestros productos poseen una garantía de un mes luego de ser vendidos al usuario final, esta garantía corresponde a daños de fabricación y de uso adecuado. No incluye daños por uso inadecuado del usuario.

Con respecto a la distribución del producto, este se estará entregando con un plazo mínimo de un mes, luego de recibida la solicitud de envío, y siempre que esta no exceda el envío mensual acordado con los respectivos clientes, en caso de exceder el numero de unidades, se establecerá un plazo superior según el numero de unidades adicionales.

NECESIDAD O PROBLEMA QUE SE QUIERE INTERVENIR

- El principal problema que presenta el mercado es el alto precio en el calzado de cuero de alta calidad, esto debido a el posicionamiento de marcas en la región, lo cual permite que las empresas aumenten según sus criterios el precio de los productos en el mercado, debido a esto las personas prefieren comprar calzado de mas baja calidad e incluso de materiales sintéticos, de fácil deterioro.
- El calzado de alta gama actualmente ofrece un diseño creativo y adaptado a un tipo específico de sociedad, sin embargo esta dejando a un lado la comodidad de los clientes. Esta necesidad de comodidad se presenta como un factor importante a la hora de comercializar, por tanto tenemos un especial cuidado en garantizar la comodidad del calzado, utilizando productos de alta calidad y de fácil adaptación a un pie estándar.

RELACIÓN DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS

Calzado femenino

Descripción de producto	Referencia	Partida arancelaria
Sandalia con elástico en talón, alt. 7 1/2	BF56097	64.03.20.00.00
Tacón Clásico despuntado, alt. 7 ½	DJ46790	64.03.99.90.00

Calzado masculino

Descripción de producto	Referencia	Partida arancelaria
Mocasín, exterior e interior en cuero, suela de cuero natural cocida, tacón reforzado. Color negro	AA20003	64.03.99.90.00
Zapato exterior e interior en cuero, suela doble de cuero cocida, tacón de cuero reforzado. Color negro	AB00005	64.03.99.90.00
Zapatilla exterior e interior en cuero, media punta, color negro.	AC00024	64.03.99.90.00

JUSTIFICACIÓN DEL NEGOCIO

La exportación de calzado en cuero a ciudad de México esta en constante crecimiento. Nuestro calzado representa el más fino calzado en cuero realizado en Colombia, por pequeños productores con muchos años de experiencia en el campo, los cuales constantemente están adaptando sus productos a las necesidades del mercado, según la solicitud de nosotros sus clientes.

La calidad de nuestro producto, su comodidad, diseño y bajo precio facilitan el ingreso de este al mercado mexicano y asegura la satisfacción derivada de precio y comodidad que esta siendo demandada en México, sumado a esto, la alianza con distribuidores mexicanos, facilita la ágil colocación del producto en el mercado y la cercanía con el consumidor.

ANÁLISIS DEL ENTORNO Y DEL SECTOR

Datos generales de México (wikipedia, 2010) (Cano, 2011)

EXTENSIÓN (KM 2)	1.975.550
POBLACIÓN	112.322.757 (2010)
DISTRIBUCIÓN POR SEXOS	49% HOMBRES, 51% MUJERES
POBLACIÓN URBANA	75.3%
RAZAS	80% MESTIZOS 10% BLANCOS 10% INDÍGENAS
RELIGIONES	88% CATÓLICOS 2% PROTESTANTES 10% OTRAS RELIGIONES
CIUDADES PRINCIPALES	CIUDAD DE MÉXICO, MONTERREY, LEÓN, ACAPULCO, GUADALAJARA, TIJUANA, VERACRUZ.
CLIMA	SUR: TROPICAL, CALUROSO, LLUVIOSO. MESETA CENTRAL: LLUVIA (JUNIO A SEPTIEMBRE), INVIERNO, FRIO.

	INTERIOR: SEMIDESÉRTICO, TEMPLADO Y SECO.
	NORTE: DE DIC A FEB TEMPERATURAS BAJAS POR VIENTOS DEL NORTE.
GOBIERNO	REP. FEDERAL PRESIDENCIALISTA
DIVISIÓN ADMINISTRATIVA	1 DISTRITO FEDERAL Y 31 ESTADOS
ACCESOS MARÍTIMOS Y AÉREOS	PUERTOS MARÍTIMOS: 108. PRINCIPALES: ALTAMIRA Y VERACRUZ UBICADOS EN EL GOLFO DE MÉXICO, Y PUERTO DE MANZANILLO Y LÁZARO CÁRDENAS UBICADOS EN LA COSTA PACIFICA. OTROS PUERTOS: VALLARTA, GUAYMAS, TAMPICO, ACAPULCO, TOPOLOBAMPO, MAZATLÁN, TUXPTÁN. AEROPUERTOS INTERNACIONALES PRINCIPALES: D.F, GUADALAJARA, MONTERREY, CANCÚN.
DIFERENCIA HORARIA CON COLOMBIA	COLOMBIA TIENE 2 HORAS MAS QUE ZONA NOROESTE DE MÉXICO. COLOMBIA TIENE 1 HORA MAS QUE LA ZONA PACIFICO DE MÉXICO. COLOMBIA TIENE LA MISMA HORA QUE LA ZONA CENTRO DE MÉXICO.
HORARIO DE OFICINA	DE 9 AM A 6PM
MONEDA LEGAL	1 USD EQUIVALE A 14.0042 PESOS MEXICANOS

México actualmente es la segunda mayor economía en América latina, y principal socio comercial de estados unidos.

Su abundancia económica, depende en gran parte del petróleo(que representa un tercio del total del recaudo publico), el ingreso de remesas de inmigrantes mexicanos situados en estados unidos y del comercio con estados unidos.

La caída de los precios del petróleo y la crisis financiera de estados unidos, han golpeado fuertemente la economía mexicana, que se prevé a crecer en un promedio de 1% y -1.5% luego de haber crecido durante un periodo sostenido un 4%.

Sector calzado en México (Cano, 2011)

Las partidas de estudio son las pertenecientes a la sección XII del sistema internacional de clasificación arancelaria de productos: “Calzado, sombrerería, paraguas, quitasoles, bastones, látigos, fustas y sus partes; plumas preparadas y artículos de plumas; flores artificiales, manufacturas de cabello, nos centraremos en el Capítulo 64: “Calzado, polainas y artículos análogos; partes de estos artículos”.

Partidas arancelarias que integran el sector de calzado: (Instituto valenciano de la exportacion, 2009)

6401 Calzado impermeable con suela y parte superior de caucho o plástico, cuya parte superior no se haya unido a la suela por costura o por medio de remaches, clavos, tornillos, espigas o dispositivos similares, ni se haya formado con diferentes partes unidas de la misma manera

6402 Los demás calzados con suela y parte superior de caucho o plástico

6403 Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de cuero natural

6404 Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de materia textil

6405 Los demás calzados

6406 Partes de calzado, incluidas las partes superiores fijadas a las palmillas distintas de la suela; plantillas, taloneras y artículos similares, amovibles; polainas y artículos similares, y sus partes.

Generalidades del sector calzado en México

La industria de calzado en México se encuentra segmentada en 4 niveles de producción, ubicándose desde el artesanal hasta el altamente mecanizado.

Siendo esta una de las industrias más tradicionales del país, también es una de las más afectadas por los cambios en la economía, y por tanto fue uno de los más afectados en la anterior crisis económica. En su apertura comercial, su capacidad instalada y producción disminuyó enormemente. (Cano, 2011)

Aunque la participación del calzado dentro de la economía nacional es muy importante, vale aclarar que no es una fuente primordial de empleo ya que en su mayoría se constituye por micro y pequeñas empresas que van desde 15 hasta 70 empleados.

El sector calzado, tiene apoyo de organismos estructurados que promueven las ferias internacionales, la capacitación y el desarrollo, y se tiene un gran apoyo de las cámaras de comercio.

Aunque el arancel para China (que es de donde se importa el producto con el precio más bajo), haya aumentado para aumentar la producción nacional, también por su parte china aumentó el arancel a México, por lo que muchas de sus micro y pequeñas empresas fueron a la quiebra. Sin embargo se estima que en 3 años el producto chino acaparará el mercado con más del 50% por sus bajos precios y su capacidad competitiva, además de la baja competitividad de las empresas mexicanas para estar a la par del mercado chino.

El mercado mexicano se caracteriza por:

- La alta competencia cooperativa.
- Eficiencia operativa
- Integración de empresas
- Mercado interno protegido
- Acceso preferencial a mercados
- Industria altamente globalizada
- Alta competitividad de países asiáticos

La producción mexicana es un sector altamente productivo, actualmente la mayor cantidad de calzado producido se ubica en la ciudad de Guanajuato la cual representa un 68% de la producción, seguida por Jalisco con un 18%, ciudad de México con un 13% y el resto del país con 1 %.

Casi el 90% de las empresas comentadas representan micro y pequeñas empresas, solo un 2% representan grandes empresas.

Aunque México sea el décimo país mundial como principal productor de calzado, la producción nacional no alcanza para toda la cobertura de necesidades del mercado interno, sin embargo los productores nacionales, sobretodo los de las 3 principales ciudades, vienen con una actividad constante de modernización, desarrollo y promoción para así aumentar sus niveles de competitividad y poder aumentar su participación en el mercado nacional e internacional.

Las compras por parte de los comercializadores mexicanos se inician en febrero o en octubre, tiempo en el cual asisten a las ferias de calzado Sapica y Modama. Para la temporada otoño-invierno la mercancía empieza a llegar en agosto y desde eso se empieza a notar la nueva tendencia, y en septiembre y octubre vuelven a surtir de calzado para estar listos en la temporada. (Instituto valenciano de la exportacion, 2009)

CONOCIMIENTOS BASICOS PARA ENTRAR EN EL NEGOCIO

- Comercio exterior
- Negocios
- Derecho
- Administración
- Conocimiento de decreto 2685 de 1999: estatuto aduanero.
- Conocimiento normas oficiales mexicanas (nom)
 - Etiquetado de calzado
 - Pruebas físicas del cuero (nmx-a-219-1982)
 - Solides de color de teñido (nmx-a-233-1982)
 - Color de solventes orgánicos de cuero teñido (nmx-a-234-1982)
 - Determinación de resistencia al desgarre del cuero (nmx-a-235-1983)
 - Medición de contracción superficial del cuero (nmx-a-236-1983)
 - Medición de la dilatación y resistencia de la flor por medio de la prueba de reventamiento por bola. (nmx-a-237-1983)
- Atención al cliente
- Rutas estratégicas y proveedores
 - Conocimiento de clientes estratégicos y distribuidores mexicanos.

ANALISIS DEL MERCADO

Objetivos de Mercadeo

- Determinar un precio de venta adecuado que permita obtener una utilidad neta deseada del 3% teniendo en cuenta todos los gastos y costos.
- Seleccionar la mejor forma de comercializar nuestro producto, utilizando el canal de distribución de mayorista a minoristas, además de ingresar a tiendas especializadas como Price shoes en un plazo de 3 meses.
- Ubicar la mayor competencia en calzado extranjero de cuero, donde predominan marcas de alto impacto en México.
- Utilizar los medios masivos de comunicación mas impactantes en el mercado mexicano, logrando definir como principales las páginas en internet, vallas publicitarias , asistir a ferias , eventos, catálogos especializados, videos en internet y por ultimo avisos en revistas especializadas en calzado y moda.
- Examinar los diferentes gustos de los hombres y mujeres mexicanas de edad superior a los 18 años y de estratos socioeconómicos C+ y C y conforme a los resultados tomar decisiones respecto a diseño, precio y calidad.
- Averiguar cual es el porcentaje del mercado potencial que esta dispuesta a comprar nuestros productos.

DESCRIPCIÓN DEL PORTAFOLIO DE BIENES Y/O SERVICIOS

Mocasín: exterior e interior en cuero, suela de cuero natural cocida, tacón reforzado.
Color negro

Referencia: aa20003

Partida arancelaria: 64.03.99.90.00



Zapato común: exterior e interior en cuero, suela doble de cuero cocida, tacón de cuero reforzado. Color negro

Referencia: ab00005

Partida arancelaria: 64.03.99.90.00



Zapatilla: exterior e interior en cuero, color negro.

Referencia: ac00024

Partida arancelaria: 64.03.99.90.00



Sandalia: elástico en talón, alt. 7 ½

Referencia:bf56097

partida arancelaria: 64.03.20.00.00



Tacón : clásico despuntado, alt. 7 ½

Referencia: dj46790

Partida arancelaria: 64.03.99.90.00



Las referencias pueden cambiar según el color de cuero elegido por el cliente.

Todo el calzado posee un sistema muy cómodo que se adapta fácilmente a la postura de un pie estándar. La garantía del producto es de un mes luego de la compra del consumidor final, esta garantía se da por defectos de fabricación y no por mal uso del cliente del calzado.

Todo el calzado va debidamente estampillado, cada par empacado en una caja negra de 40 cm de largo, 20 de ancho y 22 cm de alto. Cada par de calzado tendrá dentro un soporte de plástico o papel que permita mantener la figura correcta del calzado en todo el tiempo de transporte y almacenaje.

EL MERCADO META DE LOS BIENES Y/O SERVICIOS

El Mercado Meta

Se pretende llegar a los principales distribuidores de calzado en ciudad de México, los cuales crearan la distribución del calzado en los diferentes puntos de venta que se establecen en la ciudad.

Los destinatarios son hombres y mujeres en una edad superior a los 18 años, de clases socioeconómicas C y C+ ubicados en México D.F, con un mercado potencial aproximado de 4876000 personas con capacidad para comprar nuestros productos y necesidad de satisfacer sus necesidades de comodidad, climatización, lujo, elegancia y protección a sus pies. (Instituto nacional de estadística y geografía Mexico, 2012)

Actualmente el consumo de calzado no mexicano está en constante crecimiento, donde el calzado asiático tiene un mayor porcentaje de venta.

El mayor porcentaje de clientes en el sector de calzado son las mujeres, ya que son ellas las que generalmente se encargan de la compra de calzado para ellas, sus hijos y en algunas ocasiones esposos.

A continuación realizaremos una segmentación del mercado resumiendo estos

factores y añadiendo algunos igualmente importantes.

Localidad	Ciudad de México
Clima	Promedio de 22°C
Ingreso promedio	Superiores a 9.500 pesos mexicanos (mxc)
Edades	Superior a 18 años
Ocupación	Estudiantes, empleados, solteros, casados, viudos, separados, personas sin ocupación.
Sexo	Masculino-femenino
Clase social	A, B, C+, C.
Necesidades	Status, elegancia, comodidad, confort, seguridad, precio.

ESTUDIO DEL MERCADO CONSUMIDOR

Objetivos del estudio del mercado consumidor

Como principal objetivo del estudio de mercado del consumidor, señalamos el conocer cuales son sus necesidades, su capacidad adquisitiva, motivos de compra, frecuencia de compra, sitios principales de compra y cumplimientos de sus necesidades en sus compras.

Medios a través de los cuales se realizó el estudio del Consumidor

El estudio de l consumidor se realizo por medio de investigaciones por internet demografía y hábitos de compra, teniendo como una fuente primordial de ayuda un estudio de mercado realizado por Ivex México sobre los hábitos de compra de calzado del mercado mexicano. (INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA Y GEOGRAFIA MEXICO, 2012) (INSTITUTO VALENCIANO DE LA EXPORTACION, 2009)

También se tomaron fuentes bibliográficas de trabajos de grado de semestres pasados de la institución Esumer, y ayuda de diferentes personas que han realizado la tarea de exportar calzado. (CANO, 2011)

Aplicación de la Medios

El estudio del consumidor del trabajo de Ivex México se realizó directamente sobre el negocio de compra –venta de calzado en México en el año 2010. (INSTITUTO VALENCIANO DE LA EXPORTACION, 2009)

La ayuda de personas que han exportado a México, se tomo como fuente primordial para continuar con la investigación con datos del año 2011.

Resultados del estudio de los consumidores

Población Consumidora

El consumo de calzado en ciudad de México en los últimos años fue de 20.010.000 pares de zapatos anuales

La demanda en México de calzado no mexicano esta en constante crecimiento, esto se ha evidenciado en el aumento de las importaciones de calzado chino. Hasta el año pasado el consumo de zapatos por persona creció de 2.68 a 2.73, con un potencial de crecimiento a 3 pares de zapato persona según las cifras del CICEG. (Camara de la industria del calzado del estado de Guanajuato, 2012)

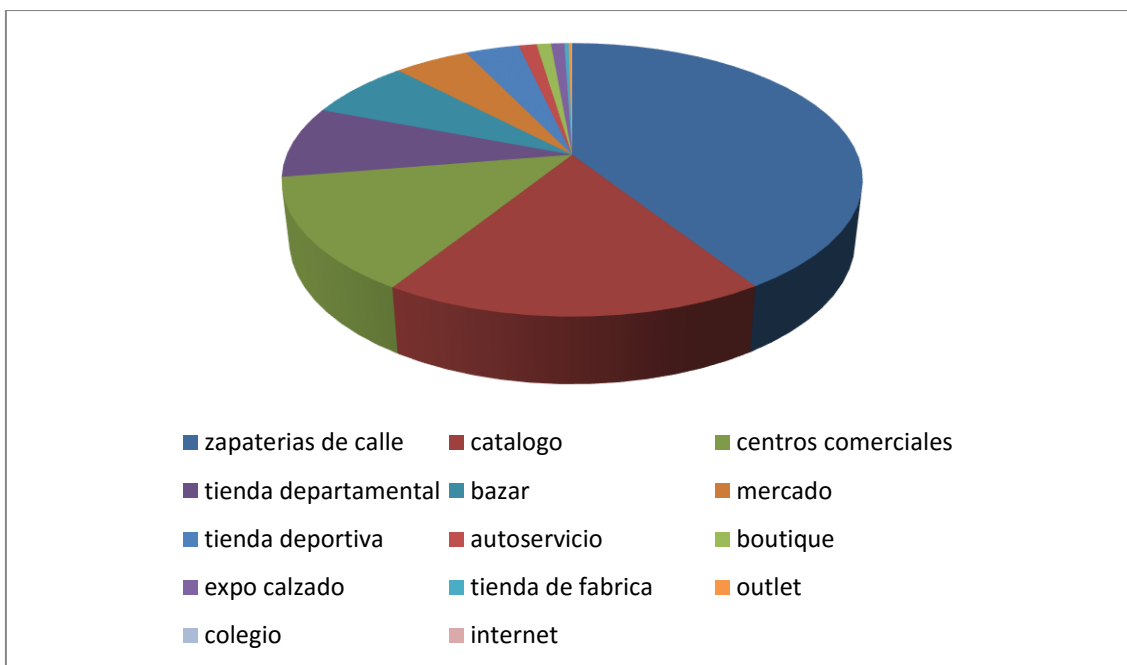
Evidentemente se nota que el crecimiento de calzado en México ha ido en un aumento favorable y consecuente, y el aumento de participación de calzado chino denota que el mercado está en una demanda creciente con necesidades de ser abastecida.

SITIOS DE COMPRA (Instituto valenciano de la exportacion, 2009)

Estos son los lugares preferidos para la compra de calzado, con su respectiva participación en el mercado.

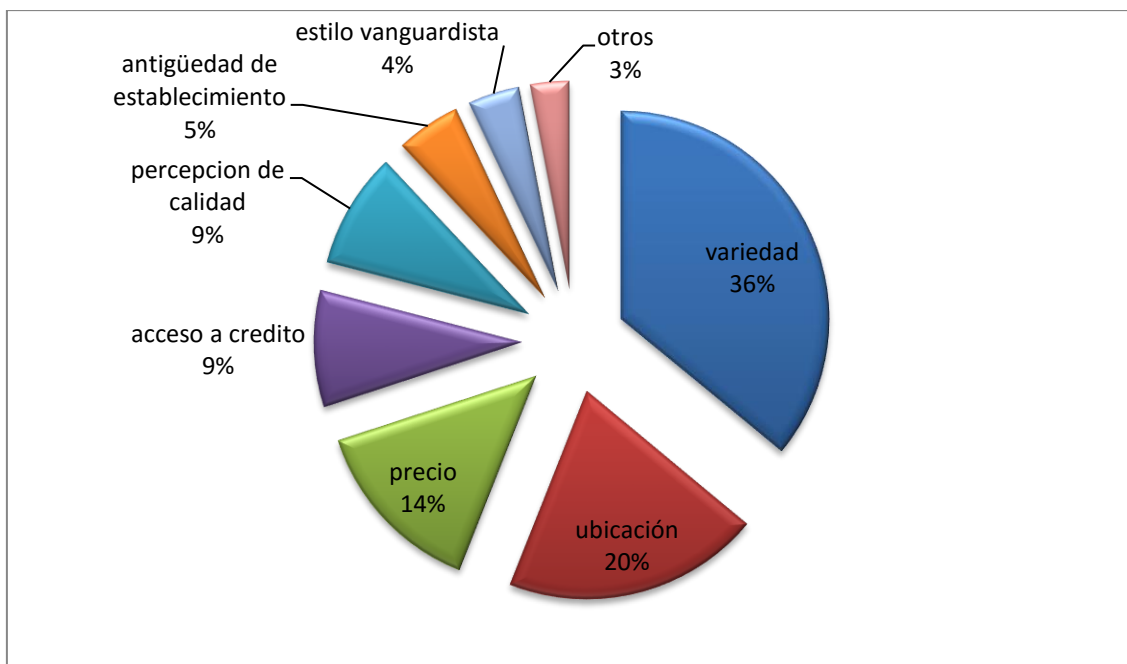
Lugar	%	Lugar	%
Zapaterías de calle	40,9	Autoservicio	1,2
Catalogo	18	Boutique	0,95
Centros comerciales	13,5	Expo calzado	0,89
Tienda	8,44	Tienda de	0,29

departamental		fabrica	
Bazar	7	Outlet	0,17
Mercado	5	Colegio	0,04
Tienda deportiva	3,6	Internet	0,02



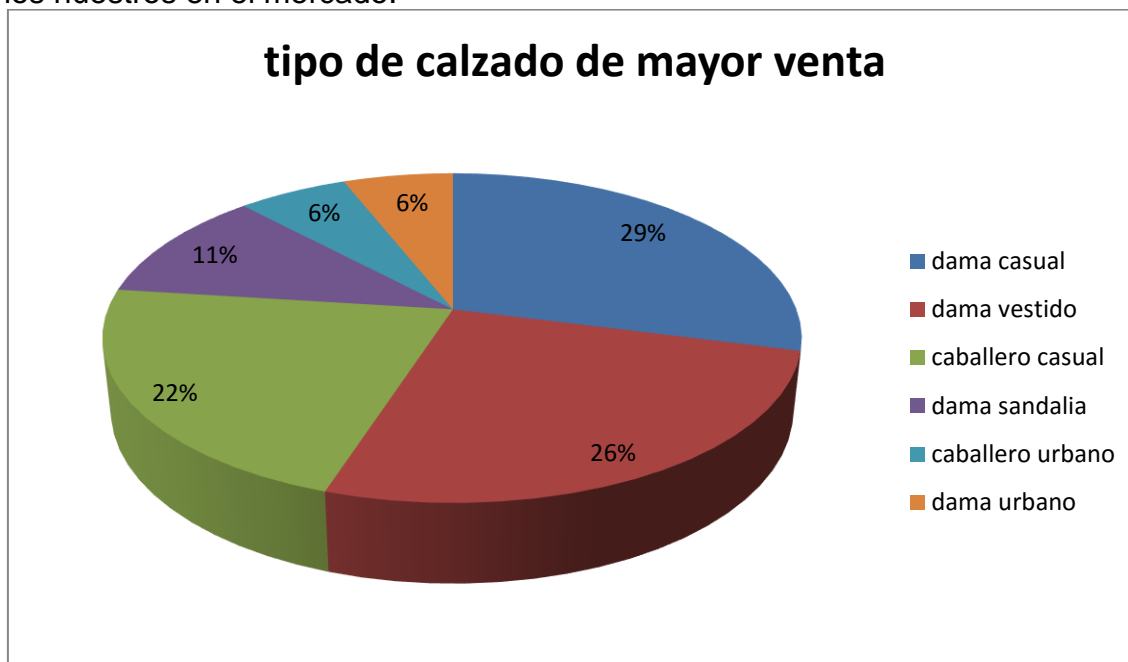
Variables de compra:

Las variables de compra varían según el tipo de persona, sin embargo se han encontrado unos factores que han estado constantes en el tiempo. A continuación relacionaremos algunos de los elementos que inciden en el sitio de compra de un producto en el mercado mexicano.



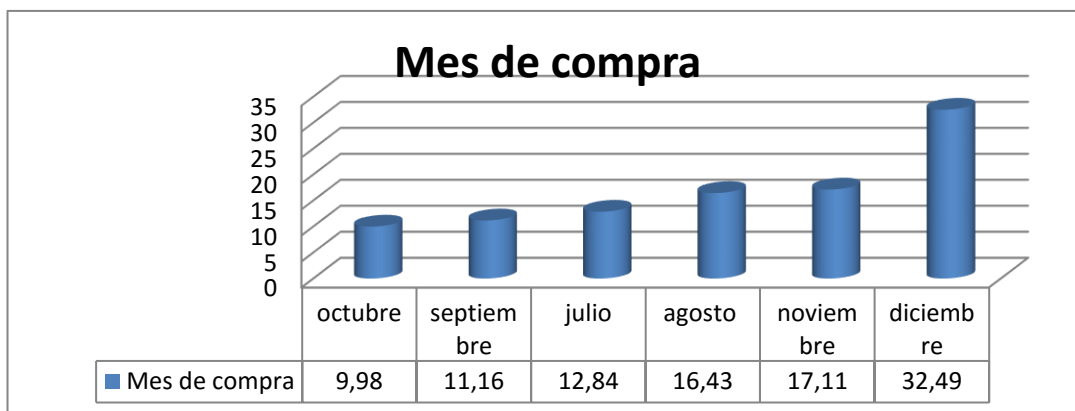
Porcentaje de demanda

En el siguiente grafico se mostrara la cantidad demandada de productos similares a los nuestros en el mercado:



Temporadas de compra:

A continuación se presenta los meses preferidos por los mexicanos para la compra de calzado:



DEMANDA DEL PRODUCTO:

El mercado potencial para la venta de calzado de cuero son 4.876.000 personas, las cuales tendrían un consumo de 13.165.200 pares de zapatos al año, esto es, integrando solo a las personas con capacidad adquisitiva en productos de cuero correspondientes a los niveles socioeconómicos C Y C+ de la población de Ciudad de México.

La población mexicana consume aproximadamente 2.73 pares de zapatos al año por persona.

La proyección demandada esta inicialmente dada en un 0.1% del consumo actual mensual en ciudad de México equivalente a 1.097 pares de zapatos.

EL MERCADO PROVEEDOR

Proveedores

CALZADO KONDOR

CI 79 B Sur 50-150 Bdg 155 La Estrella
Colombia - Antioquia, Medellín
Teléfonos : (57) (4) 4488933
Fax : (57) (4) 3091663

OSCAR EDUARDO GARCÍA CALZADISEÑOS

Cr45 72-51
Colombia - Antioquia, Medellín
Teléfonos : (57) (4) 2110466,(57) (4) 2123911

CREACIONES ZAFHIR'S LTDA

Cr65 74-75 Bdg 176 Multicentro Caribe
Colombia - Antioquia, Medellín
Teléfonos : (57) (4) 4421375,(57) (4) 4422997

Estudio del Mercado de Proveedor

Variables estudiadas del mercado proveedor

- Capacidad instalada
- Precios de venta de producto terminado y empaçado
- Calidad de productos
- Estandarización de productos
- Producción mensual
- Cumplimiento
- Responsabilidad
- Confiabilidad
- Variación de diseños
- Adaptación de cambios requeridos en los diseños.

Medios a través de los cuales se realizó el estudio del mercado proveedor

La información sobre el proveedor se dio gracias a conocimiento de productos e instalaciones, sumado a esto cotizaciones sobre el producto a exportar con precios cautivadores según el volumen requerido.

Aplicación de los medios

La aplicación se realizó directamente en el punto de fábrica de algunos de los proveedores en el mes de abril del año 2012, por medio de conocimiento del producto y verificación de precios.

Resultados del estudio de los proveedores

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <p>• CALZADO KONDOR
CI 79 B Sur 50-150 Bdg 155 La Estrella
Colombia - Antioquia, Medellín
Teléfonos : (57) (4) 4488933
Fax : (57) (4) 3091663</p> | <p>Productos: zapato, mocasín.
Forma de pago: 30 días.
Debilidades: innovación
Fortaleza: capacidad instalada, calidad.</p> |
|---|---|

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <p>• OSCAR EDUARDO GARCÍA CALZADISEÑOS
Cr45 72-51
Colombia - Antioquia, Medellín
Teléfonos : (57) (4) 2110466,(57) (4) 2123911</p> | <p>Productos: zapatilla, sandalia, tacón, zapato.
Forma de pago:30 días
Debilidades:
Fortaleza: diseño, calidad, capacidad de producción.</p> |
|--|---|

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <p>• CREACIONES ZAFHIR'S LTDA
Cr65 74-75 Bdg 176 Multicentro Caribe
Colombia - Antioquia, Medellín
Teléfonos : (57) (4) 4421375,(57) (4) 4422997</p> | <p>Productos: sandalia, tacón.
Forma de pago: 30 días
Debilidades: capacidad instalada
Fortaleza: diseño, precio, calidad.</p> |
|--|--|

ESTUDIO DEL MERCADO COMPETIDOR

VARIABLES ESTUDIADAS DEL MERCADO COMPETIDOR

Participación en el mercado

Productos ofertados

Capacidad de producción

Servicios pos venta

Distribución

Precios

Ubicación de venta

Garantías

Estrategias y medios para el estudio del mercado competidor

Los medios utilizados fueron netamente informativos y virtuales, teniendo como principal fuente el estudio de mercado de Ivex México. (INSTITUTO VALENCIANO DE LA EXPORTACION, 2009)

Resultados del Estudio de la Competencia

Se toma como competidor importante la producción de calzado nacional en cuero de México, ya que toma gran participación dentro de las ventas realizadas y los hábitos de compra de los consumidores. A continuación se presenta una matriz DOFA sobre la producción de calzado en México.

DEBILIDADES	AMENAZAS
Costos de producción y de compra de materia prima Poca innovación y renovación Poca aplicación de nuevas tecnologías Alta rotación de recurso humano Baja cultura de exportación Procesos de producción con reciente desarrollo	Contrabando Piratería Dumping Corrupción Falta de alianzas estratégicas Perdida de competitividad
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Cluster productivo Buena fuente de generación de empleos Respaldo de cámaras de comercio Buena infraestructura Integración de proveedores	Ubicación geográfica favorable, sobretodo con respecto a estados unidos. Ampliación de TLC Ferias prestigiosas Conciencia nacional de necesidad de impulso de sector calzado Alta calidad Precios bajos

Principales fabricantes mexicanos de calzado

A continuación algunos de los principales fabricantes mexicanos de calzado, con sus variables: (Instituto valenciano de la exportacion, 2009)

- **PALACIO DE HIERRO**

Los precios oscilan entre 28 USD (Baja calidad) y los 220 USD (calzado de alta calidad), en marcas como: Flexi, Havana Joe, Franco Cuadra, Merrel, Wenger, Adidas, Demócrata, Vans, Pepe Jeans, Dione, Chester and Peck, Grasshoppers, Palacio de Hierro, Suave Pies, Tommy, Steven, Steve Madden, Regina Romero, Epsilon y Vidal Sport

- **LIVERPOOL**

Precios oscilantes entre 38 USD a 210 USD en marcas como: Ramiro Olivares, Mohana, Most, Regina Romero, Dione, Dabel de Liz, Diego Torreblanca, Hushpuppies, Converse y Botas Montana.

- **COPPEL CANADA**

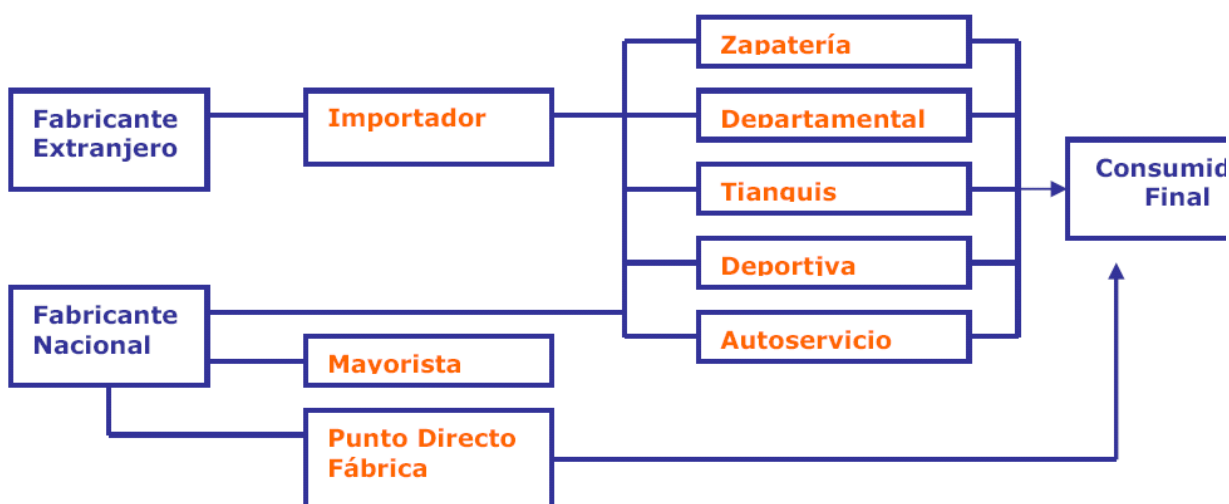
Tienda especializada en calzado, con precios entre 24 USD y 42 USD con marcas como: como Flexi, Up-Down, Gôsh, Ozono, Fish, Marco Delli, Court y Blasito

- **ANDREA**
Empresa de venta por catalogo de toda clase, con precios entre 13 USD Y 84 USD
- **PRICE SHOES**
Empresa líder en venta por catalogo, con una oferta segmentada de 110 catálogos, con gran variación de estilos, edades, y precios.
- **ZAPATERÍAS LEON**
Empresa especializada en zapatos de piel, con precios entre 9 USD Y 40 USD
- **MERCADILLOS Y TIANGUIS**
Diferente tipo de calzado a precios bajos oscilantes entre 12 USD y 16

EL MERCADO DISTRIBUIDOR

Distribución

La estrategia de distribución se realiza basada en el dominio de canales de distribución en México, así: (Crone, 2012) (Instituto valenciano de la exportacion, 2009)



Departamental: almacén que cuenta con departamentos especializados y calzado de alta calidad.

Tianquis: es un mercado popular ambulante, los vendedores no pagan impuestos, y manejan unos precios por debajo del 30% o 40%.

Autoservicio: No intervienen vendedores directamente, dirigido a una población de estrato medio a bajo.

Actividades de promoción y divulgación:

- Como impulso de nuestro producto en México, incentivando al importador logramos definir que para captar la atención de nuestro mercado meta, debemos usar páginas en internet, vallas publicitarias, asistir a ferias, eventos, catálogos especializados, videos en internet y por ultimo avisos en revistas especializadas en calzado y moda.

PRECIOS DE LOS PRODUCTOS

Factores que influyen en la determinación de los precios de los productos

Precios de la competencia en el mercado
 Utilidad esperada
 Costo del producto
 Costos de comercialización y venta
 Calidad del producto (cuero de alta calidad)
 Ergonomía del producto
 Cantidades vendidas.

Los Precios de los productos tomando como base los Costos

COSTOS

FIJOS

CONCEPTO	VR. TOTAL MES
Servicios públicos	259.000
Arrendamiento bodega	870.000
Salario Gerente	2.178.900
Salario Jefe operativo	1.687.000

Salario Secretaria	1.100.000
Prestaciones sociales	2.780.904
Vigilancia	1790000
Aseo	250.000
Arrendamiento oficina	1.100.000
Traslado de mercancía a aeropuerto	870.000
Cafetería	35.000
Telefonía celular	215.000
Publicidad en país destino	3.800.000
Mantenimiento equipos	50.000
TOTAL COSTOS FIJOS	16.985.804

VARIABLES

CONCEPTO	UNIDADES (pares de zapato)	VR. TOTAL MES (1er. Año)
Mocasin	210	16.629.286
Zapato masculino	220	17.990.189
Zapatilla masculina	190	13.602.163
Sandalias	180	12.440.221
Tacon clasico	200	14.940.276
Cajas de empaque(1 unidad por cada 48 pares)	21	400.000
TOTAL COSTOS VARIABLES		76.002.135

Precio según costos:

PRODUCTO	PRECIO EN COP
MOCASIN	95.744
ZAPATO	97.579
ZAPATILLA	89.981
SANDALIA	88.430
TACON	92.087

Los Precios de los Productos propuestos

PRODUCTO	PRECIO EN COP
MOCASIN	110.000
ZAPATO	115.000
ZAPATILLA	112.000
SANDALIA	94.000
TACON	125.000

Política de Precios

Las formas de pago más usadas en México en las importaciones de calzado es un pago de 30 a 150 días desde que se recibe la mercancía. Aunque las comercializadoras grandes como Price shoes y star shoes manejan un plazo de 8 días para ayudar a la liquidez en sus empresas esto es brindando buenos descuentos. La forma en la cual manejaremos el pago de los productos es brindando un plazo de 30 días vía carta crédito. (Instituto valenciano de la exportacion, 2009)

COSTOS ASOCIADOS A LAS ACTIVIDADES DE COMERCIALIZACIÓN

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador portátil	1	1351000	1351000
Computador de escritorio	2	980000	1960000
Escritorios	3	980000	2940000
Paneles de separación	18	150000	2700000
Teléfono conmutador	2	435000	870000
Teléfono inalámbrico	1	120000	120000
Impresora	1	179800	179800
Escáner	1	87000	87000
Sillas giratorias	3	254000	762000
Sillas oficina	6	225000	1350000
Estantes	3	685000	2055000
Mesa principal de reuniones	1	375000	375000
Sillas para la mesa	8	87000	696000

Vasos	8	3000	24000
Pocillos	8	4000	32000
Mesa adicional	1	54000	54000
Sillas mesa adicional	4	18000	72000
Mueble para documentos	1	268000	268000
Cafetera	1	56300	56300
Horno microondas	1	85000	85000
Cucharas grandes y pequeñas	6	1800	10800
TOTAL			16047900

CONCEPTO	VR. TOTAL MES
Salario Contador	700.000
Publicidad	280.000
Papelería mensual	40.000
Mantenimiento computadores	50.000
Personal de aseo	350.000
TOTAL GASTOS	1.420.000

RIESGOS Y OPORTUNIDADES DEL MERCADO

RIESGOS	OPORTUNIDADES
DEPENDENCIA DE ESTADOS UNIDOS	CRECIMIENTO POBLACIONAL
BAJOS PRECIOS DE CALZADO NACIONAL	AUMENTO DE RECONOCIMIENTO DE MARCAS EXTRANJERAS
COBERTURA ACTUAL DE EMPRESAS NACIONALES Y EXTRANJERAS DE GRAN RECONOCIMIENTO	PREFERENCIA POR CALZADO DE CALIDAD
	GRAN MERCADO POTENCIAL

PLAN DE VENTAS

- Los costos elevados de la publicidad en los medios masivos de difusión publicitaria audio visual (volantes, televisión, radio) generan un gran impacto en el sector comercial, aunque su costo es elevado es de gran impacto ante el nicho de mercado y las grandes empresas ya posicionadas del sector.
- Participación en ferias
- Ingresar a el nicho de mercado de moda y elegancia
- Alianzas con distribuidores nacionales mexicanos
- Nuevos diseños
- La incorporación de tendencias en las estaciones del año, que influyen en las decisiones de compra de los consumidores.
- Manejo de catálogos y asesorías por internet
- Ingreso en tiendas especializadas en calzado de gran participación en México.
- Establecer un nivel de calzado de un precio medio-alto con una calidad alta.
- Se determinó un precio de venta promedio de USD 68.08 que nos permito obtener la utilidad deseada teniendo en cuenta todos los gastos y costos que obtuvimos
- Decidimos que la mejor forma de comercializar nuestro producto es utilizando el canal de distribución de mayorista a minoristas, además de ingresar a tiendas especializadas como Price shoes.
- Logramos percibir que la competencia es el calzado extranjero, donde predominan marcas de alto impacto en México. Nuestro producto compite por precio y calidad con países como: España, Italia, Estados unidos y principalmente Brasil.

OBJETIVOS DE PRODUCCIÓN

Objetivos en el corto plazo

- Realizar las mejoras necesarias, para optimizar la comercialización a ciudad de México, (costos, manejo de seguros, producción; empaque y embalaje, vías marítimas).

Objetivos de mediano plazo.

- Aumentar la capacidad producto enviada a ciudad de México, de 1000 (pares) a 1500 en 1 año.
- Conseguir entre 2 y 3 nuevos clientes, en un plazo de 3 años.
- Variar el modelo y tipo de calzado según el crecimiento de la demanda.

Objetivos en el largo plazo

- Ampliar nuestro portafolio de productos, a 20 referencias nuevas en un plazo de 4 años.
- Tener nuestra propia bodega y oficina. (adquisición de infraestructura propia), en un plazo de 5 años.
- Abrir puntos de venta, (nacional, internacional) en 5 años.

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

Proceso de producción.

NUMERO ACTIVIDAD MINUTOS

1	Realizar el pedido	15
2	Confirmación de pedido por parte del proveedor	9
3	Generar orden de compra	20
4	Despacho de la mercancía del proveedor, hacia nuestras instalaciones.	43200
5	Recepción de la mercancía en la bodega de la empresa.	45
6	Embalaje de la mercancía para la exportación.	120
7	Tramites de aduana y otros requerimientos	7200
8	Facturación	60
9	Transito local entre bodega y aeropuerto	60
10	Entrega en depósito habilitado.	120

Elementos y medios tecnológicos que ayudan a la realización de la producción.

DESCRIPCION	CANTIDAD
Computador portátil	1
Computador de escritorio	2
Escritorios	3
Paneles de separación	18
Teléfono conmutador	2
Teléfono inalámbrico	1
Impresora	1
Escáner	1
Sillas giratorias	3
Sillas oficina	6
Estantes	3

Personal necesario para la realización efectiva del proceso productivo

CARGO	PERFIL	FUNCIONES	RESPONSABILIDADES
Gerente	<ul style="list-style-type: none"> - Profesional en Administración de Empresas, Economía, Negocios Internacionales o Calidad - Experiencia laboral de mas de 3 años - Capacidad de trabajo en equipo - Liderazgo - Nivel Superior de ingles. 	<ul style="list-style-type: none"> - Representación jurídica y legal de la empresa - Contratación de personal - Despido de personal - Evaluar la productividad de la empresa. - Impulsar capacitación de personal - Crear estrategias de comercialización - Velar por cumplir la visión y misión empresarial - Presentación de informes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Custodiar el patrimonio de la empresa - Cumplir con la normatividad legal y tributaria ante los organismos competentes - Aprobar pago de salario y prestaciones sociales
Coordinador de Operaciones	<ul style="list-style-type: none"> - Tecnólogo en Comercio Internacional - Tecnólogo en Logística Internacional - Experiencia laboral de más de 2 años - Conocimientos básicos de inglés 	<ul style="list-style-type: none"> - Aplicar las tareas de logística - Implementar rutinas de prevención - Direccionamiento eficaz a la hora de la recepción y envío de mercancías 	<ul style="list-style-type: none"> - Velar por el buen estado de las mercancías - Desempeñar las funciones del gerente en caso de ausencia - Correcta elaboración de documentos soporte de las

	- Manejo de compras e inventarios	- Analizar el riesgo de las operaciones - Elaborar las previsiones de ventas de común acuerdo con la gerencia - Promover las ventas en cada uno de los canales de distribución.	operaciones que realizar la empresa - Elaborar y gestionar el plan de marketing
Secretaria	- Técnica en secretariado - Conocimiento de sistemas, Word y Excel - Aptitud verbal y escrita	- Atender llamadas telefónicas y visitas de los clientes y proveedores - Tramitar correspondencia - Recepción de documentos - Manejo de agenda	- Informar sobre todo lo referente al departamento que corresponda - Manejo de archivo - Tener actualizada la agenda del gerente - Realizar el pago de prestaciones sociales y seguridad social

Capacidad de producción

En nuestra comercializadora los procesos productivos se ven reflejados en los procesos logísticos que se haga desde el momento del pedido hasta la misma recepción del pago por la exportación. Nuestra capacidad productiva es de 1000 (pares), mensuales, que son el reflejo de las inversiones y los respectivos estudios financieros realizados en el transcurso del proyecto, teniendo en cuenta la tecnología y el entorno del mercado objetivo en México.

Plan de Producción

El pedido para la realización de la producción se hará de la siguiente manera, igual todos los tipos de calzados están sujetos al mismo periodo de tiempo (mes), se entiende que la producción es entregada en los términos que se hallan establecido con los proveedores que hace referencia al despacho de la misma cuando el productor ha realizado la entrega y seguido sale para el mayorista en ciudad de México; esto nos evita la permanencia de mercancía existente en bodega y evita propios inventarios con la producción. Así de esta manera nuestros inventarios estarán solo sujetos a los muebles y activos que posea la organización para la realización de los inventarios.

Producto	Unidades (par)
Mocasín	210
Zapato caballero	220
Zapatilla caballero	190
Sandalia dama	180
Tacones dama	200

RECURSOS MATERIALES Y HUMANOS PARA LA PRODUCCIÓN

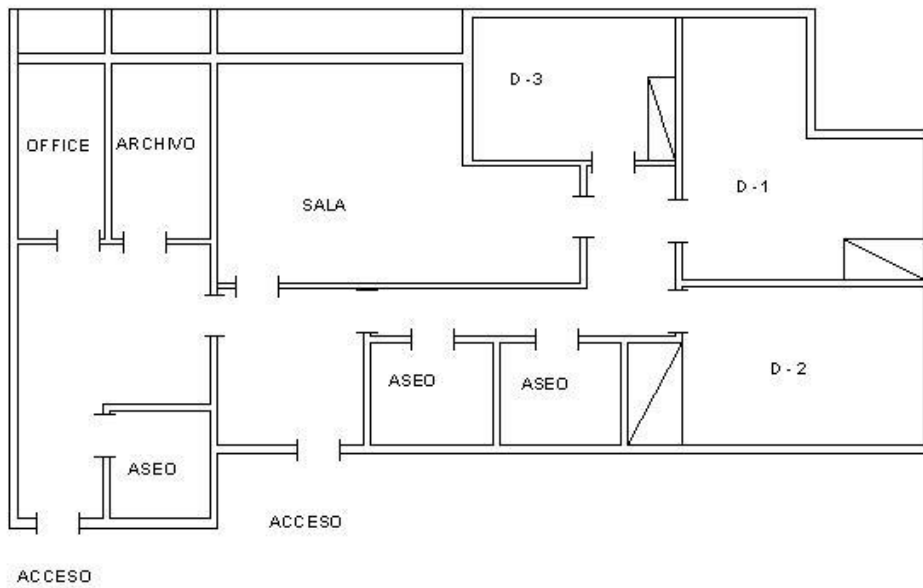
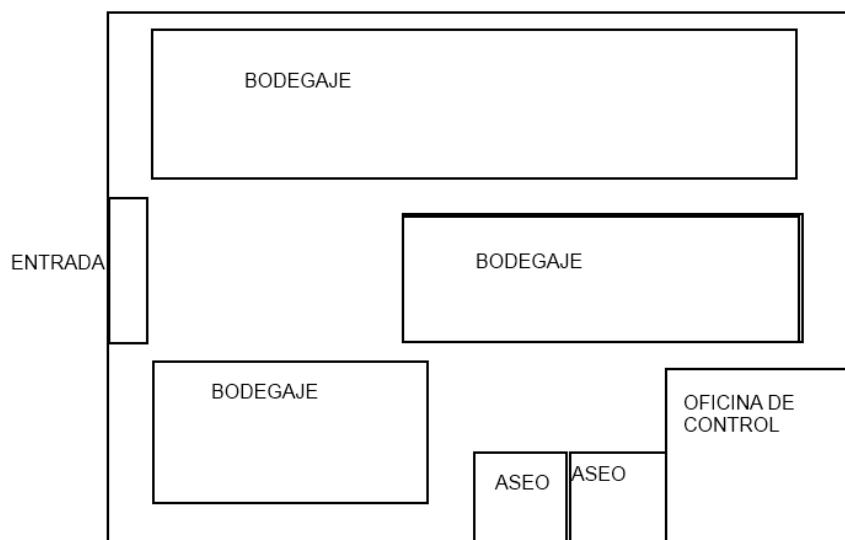
Locaciones

Nuestra locación habilitada para nuestra operación productiva es el espacio de oficina, donde podemos llevar a cabo operaciones administrativas relacionadas con la comercialización e exportación del producto a ciudad de México, inicialmente el área es arrendada, pero en los objetivos de largo plazo y de acuerdo a la evolución financiera del negocio la adquisición propia de la oficina es una meta a cumplir.

El arriendo de la locación es de \$ 600.000 (mensuales)

Tenemos el área de bodega que hace parte de la operación de almacenamiento y transito de la mercancía para ser despachada a ciudad de México, el área es arrendada en el municipio de Rionegro su costo estimado es de \$870.000 (mensuales), el monto total de inversión es de \$257.498.005,5

Planos locativos.

Espacio de oficina.*Área de bodega.*

Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

ACTIVOS FIJOS			
DESCRIPCION	CANTIDA D	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador portátil	1	1351000	1351000
Computador de escritorio	2	980000	1960000
Escritorios	3	980000	2940000
Paneles de separación	18	150000	2700000
Teléfono conmutador	2	435000	870000
Teléfono inalámbrico	1	120000	120000
Impresora	1	179800	179800
Escáner	1	87000	87000
Sillas giratorias	3	254000	762000
Sillas oficina	6	225000	1350000
Estantes	3	685000	2055000
Mesa principal de reuniones	1	375000	375000
Sillas para la mesa	8	87000	696000
Vasos	8	3000	24000
Pocillos	8	4000	32000
Mesa adicional	1	54000	54000
Sillas mesa adicional	4	18000	72000
Mueble para documentos	1	268000	268000
Cafetera	1	56300	56300
Horno microondas	1	85000	85000
Cucharas grandes y pequeñas	6	1800	10800
TOTAL			16047900

Requerimientos de materiales e insumos.

Los materiales necesarios para nuestro desempeño en la labor operativa son los indispensables administrativos de papelería, nuestro proveedor es la papelería Marion, ubicada en el centro de la ciudad entre La Playa con Palacé.

Producto	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Resmas de papel oficina	10	\$10.000	\$100.000
Resmas de papel carta	10	\$9.500	\$95.000
Bolígrafos negros	1 caja 24 unidades	\$12.000	\$12.000
Carpetas a-z	15	\$3.500	\$52.500
Ganchos para cosedora	2 cajas	\$4.000	\$8.000
Cartuchos para impresora	2 unidades	\$60.000	\$120.000
Agendas de apuntes	4 unidades	\$6.500	\$26.000
Tarjetas publicitarias	Paquete 300 unidades	\$66.500	\$66.500
Total materiales e insumos			\$480.000

Requerimientos de servicios.

A continuación los servicios que son necesarios para la producción de la empresa pero que son ajenos a ella.

Servicio	Entidad	Valor
Vigilancia	Segurcol	\$1'500.000
Aseo	Particular	\$40.000
Servicios públicos	E.p.m	\$259.000
Publicidad	Tipografía venus	\$280.000
Traslado de mercancía al aeropuerto	Coordinadora mercantil	\$870.000
Cafetería	Particular	\$35.000
Total		\$2'984.000

Requerimientos de personal.

El personal que labora en nuestra organización tiene todas sus prestaciones sociales así como sus debidas afiliaciones a las cajas de compensación familiar. Estos son requisitos legales para el funcionamiento de la empresa.

CARGO	FUNCION	RESPONSABILIDAD
Gerente	<ul style="list-style-type: none"> • Representante legal y jurídico de la empresa. • Recibe y analiza conjuntamente los informes de contabilidad. • Autorizar pago salarios. • Define los perfiles necesarios, contrataciones. • Adopta medidas de control y disciplinarias de la organización. • Mide el control productivo, organiza las orientaciones y capacitaciones del personal. • Habilidad en la toma de decisiones 	<ul style="list-style-type: none"> • Cuidar el patrimonio de la empresa • Mantenerse actualizado en las normativas legales • Análisis de hojas de vida, entrevistas, pruebas de conocimiento, pruebas sicotécnicas, reclutamiento • Y contratación, inducción a la empresa, inducción en el cargo, • Carnetización, capacitación y recreación.
Jefe de operaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinar los envíos de mercancía • Realizar el diligenciamiento de documentos • Hacer el seguimiento a las mercancías 	<ul style="list-style-type: none"> • Correcta elaboración de documentos • Coordinación de entregas • Coordinar entrega de pedidos

	<ul style="list-style-type: none"> • Relación directa con los canales de distribución • Coordinación con las mypimes encargadas de la producción del calzado. Estudiar los mercados: proveedores, clientes, competencia. 	
Contadora	<ul style="list-style-type: none"> • Contabilidad, costos y presupuestos, donde se configuran los balances, los estados de pérdidas y ganancias, los flujos de caja, se lleva el registro de proveedores y clientes, con las cuentas por pagar y las cuentas por cobrar • Finanzas, es la sección donde se llevan los estudios de rentabilidad y de recursos que posee la empresa; se determinan los dineros que se deben conseguir con las entidades financieras para la ejecución de algún proyecto o en el transcurso de las actividades normales de la empresa. También se realizan análisis de rentabilidad de cada producto en forma independiente, los márgenes de contribución, así como el punto de equilibrio de la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de la contabilidad. • Facturación. • Cartera. • Libros fiscales • Atender la revisora fiscal

Secretaria	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar las actividades administrativas propias de la dependencia • Coordinar seguridad social, y trámites de banco vía telefónica o sistemas. • Recepción de documentos • Recepción de llamadas • Programación de agenda 	<ul style="list-style-type: none"> • Llevar los registros de tiempos salariales • Afiliaciones a ARP, caja de compensación familiar.
------------	--	--

Salario Gerente	2.178.900
Salario Jefe operativo	1.687.000
Salario Secretaria	1.100.000
Salario Contador	700.000

PROGRAMA DE PRODUCCIÓN

Descripción del programa de producción

	DI AS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
ACTIVIDAD															
ADECUACION DE LOCAL															
ADECUACION BODEGA															
REGISTROS															
CONTRATO PROVEEDOR															
CONTRATO CLIENTE															

ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

Descripción de los procesos administrativos

Realización del pedido:

Se contacta el proveedor y se le dan las instrucciones y especificaciones para el producto, teniendo en cuenta la cantidad, forma de empaque, tiempo y lugar.

Duración 15-20 minutos

Confirmación del pedido por parte del proveedor:

Con las instrucciones y la orden de pedido ya dadas el proveedor confirma así como cual problema para cumplir con la orden.

Duración de la operación 5- 10 minutos.

Generar la orden de compra:

Se generan las facturas correspondientes al proveedor para su cancelación en los plazos acordados.

Duración de la operación 15- 20 minutos.

Despacho de la mercancía del proveedor hacia nuestras instalaciones:

El proveedor manda la mercancía desde su centro de distribución hacia nuestra bodega en el municipio de Rionegro.

Duración de la operación 43200 minutos (entrega de producto en un mes).

Recepción de la mercancía en nuestra bodega:

La recepción de la mercancía enviada por el proveedor es en bodega de Rionegro.

Duración 30- 45 minutos.

Embalaje de la mercancía para la exportación.

Se cumple con las especificaciones del cliente para el envío de la mercancía.

Duración 120 minutos.

Tramites de aduana y otros requerimientos:

Documentación, (guía área, listas de empaque, dex, inspección y orden de embarque)

Duración de la operación 3 a 5 días. (7200 minutos)

Facturación:

Realización de los precios de la mercancía.

Duración de la operación 60 minutos.

Transito local entre bodega y aeropuerto:

Duración de la operación 45- 60 minutos.

Entrega en el depósito habilitado:

Recepción de la mercancía en las bodegas de aeropuerto.

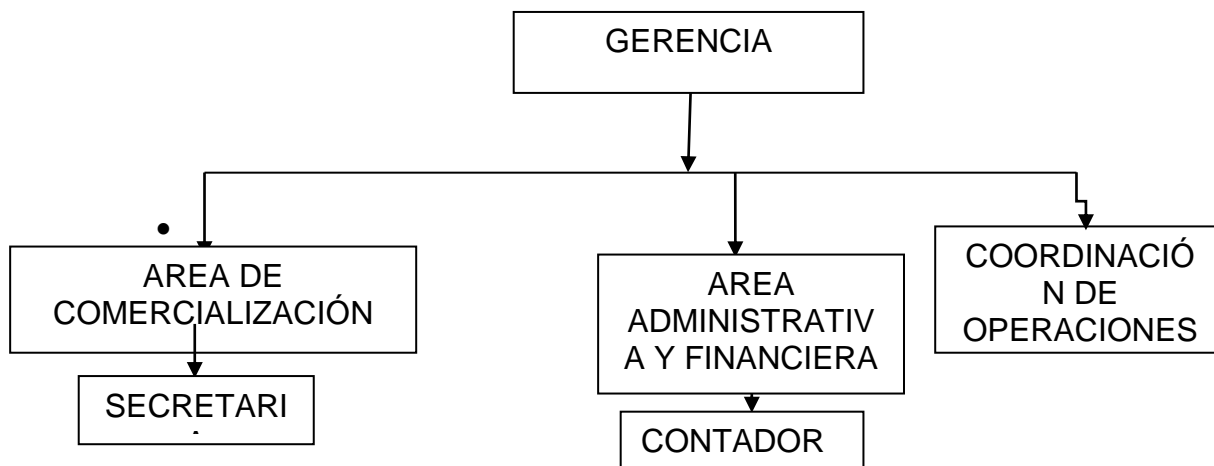
Duración 120 minutos.

Procesos administrativos externalizados

SERVICIO	ENTIDAD	VALOR
VIGILANCIA	SEGURIDAD DE COLOMBIA	\$1'500.000
ASEO	INDEPENDIENTE	\$350.000

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL NEGOCIO

Organigrama



Descripción funcional de la Organización

Gerente

Funciones administrativas propias.

- Representante legal y jurídico de la empresa.
- Recibe y analiza conjuntamente los informes de contabilidad.
- Autorizar pago salarios.
- Define los perfiles necesarios, contrataciones.
- Adopta medidas de control y disciplinarias de la organización.
- Mide el control productivo, organiza las orientaciones y capacitaciones del personal.
- Habilidad en la toma de decisiones

Responsabilidades

- Cuidar el patrimonio de la empresa
- Mantenerse actualizado en las normativas legales

Jefe operativo

Funciones propias de la organización

- Coordinar los envíos de mercancía
- Realizar el diligenciamiento de documentos
- Hacer el seguimiento a las mercancías
- Relación directa con los canales de distribución
- Coordinación con las mypimes encargadas de la producción del calzado.

Responsabilidades

- Correcta elaboración de documentos
- Coordinación de entregas
- Coordinar entrega de pedidos

Secretaria

Funciones propias de la organización

- Realizar las actividades administrativas propias de la dependencia
- Coordinar seguridad social, y trámites de banco vía telefónica o sistemas.
- Recepción de documentos
- Recepción de llamadas
- Programación de agenda

Contadora

- Manejo de la contabilidad.
- Facturación.
- Cartera.
- Proyecciones de precios y cantidades de exportación
- Contabilizar salarios y comisiones por ventas

RECURSOS MATERIALES Y HUMANOS PARA LA ADMINISTRACIÓN

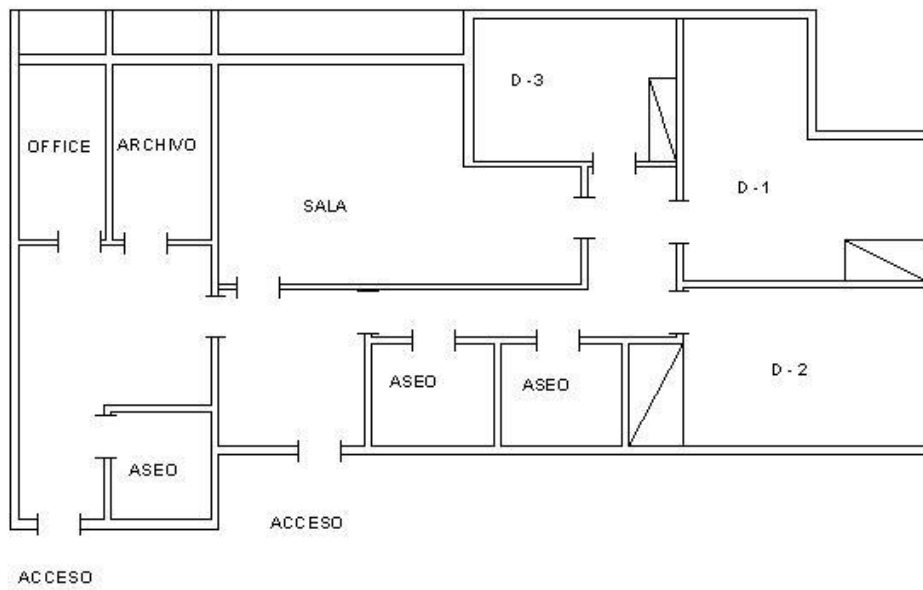
Locaciones

Adecuaciones

Para el espacio de la bodega pintura, señalización, luz eléctrica en áreas específicas.

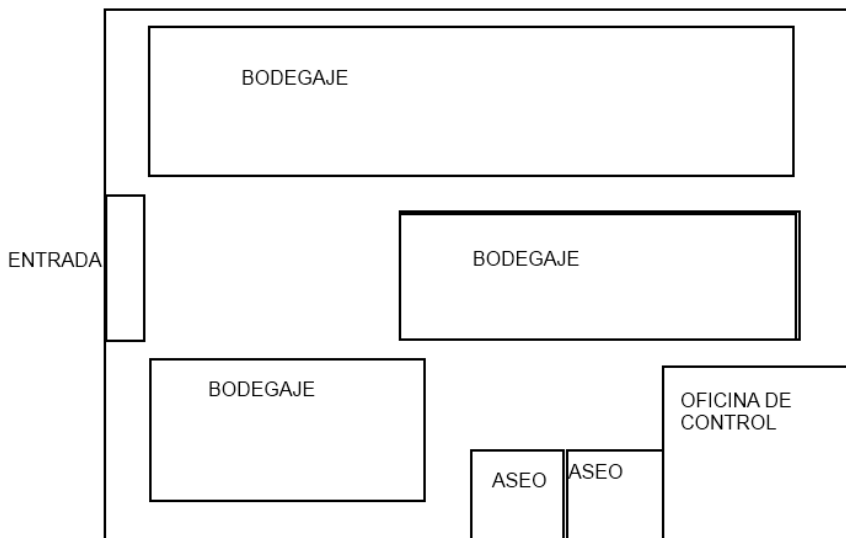
Espacio oficina

Ubicación calle 33, numero 25^a-45 3er piso, oficina 304 Medellín- Antioquia.



Arriendo de oficina \$ 600.000

Bodega



Ubicación de bodega carrera 47 calle 64ª-162, bodega 32, Rionegro -Antioquia
Arrendamiento de bodega \$ 870.000

Requerimientos de equipos, software, muebles y enseres.

Elementos y medios tecnológicos que ayudan a la realización de la producción.

DESCRIPCION	CANTIDAD
Computador portátil	1
Computador de escritorio	2
Escritorios	3
Paneles de separación	18
Teléfono conmutador	2
Teléfono inalámbrico	1
Impresora	1
Escáner	1
Sillas giratorias	3
Sillas oficina	6
Estantes	3

Requerimientos de materiales de oficina.

Materiales de oficina

Los materiales necesarios para nuestro desempeño en la labor operativa son los indispensables administrativos de papelería, nuestro proveedor es la papelería Marion, ubicada en el centro de la ciudad entre la playa con Palacé.

Producto	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Resmas de papel oficina	10	\$10.000	\$100.000
Resmas de papel carta	10	\$9.500	\$95.000
Bolígrafos negros	1 caja 24 unidades	\$12.000	\$12.000
Carpetas a-z	15	\$3.500	\$52.500
Ganchos para cosedora	2 cajas	\$4.000	\$8.000
Cartuchos para impresora	2 unidades	\$60.000	\$120.000
Agendas de apuntes	4 unidades	\$6.500	\$26.000
Tarjetas publicitarias	Paquete 300 unidades	\$66.500	\$66.500
Total materiales e insumos			\$480.000

Requerimientos de personal

CARGO	PERFIL	FUNCIONES	RESPONSABILIDADES
Gerente	<ul style="list-style-type: none"> - Profesional en Administración de Empresas, Economía, Negocios Internacionales o Calidad - Experiencia laboral de mas de 3 años - Capacidad de trabajo en equipo - Liderazgo - Nivel Superior de ingles. 	<ul style="list-style-type: none"> - Representación jurídica y legal de la empresa - Contratación de personal - Despido de personal - Evaluar la productividad de la empresa. - Impulsar capacitación de personal - Crear estrategias de comercialización - Velar por cumplir la visión y misión empresarial - Presentación de informes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Custodiar el patrimonio de la empresa - Cumplir con la normatividad legal y tributaria ante los organismos competentes - Aprobar pago se salario y prestaciones sociales
Coordinador de Operaciones	<ul style="list-style-type: none"> - Tecnólogo en Comercio Internacional - Tecnólogo en Logística Internacional - Experiencia laboral de más de 2 años - Conocimientos básicos de inglés - Manejo de 	<ul style="list-style-type: none"> - Aplicar las tareas de logística - Implementar rutinas de prevención - Direccionamiento eficaz a la hora de la recepción y envío de mercancías - Analizar el riesgo de las operaciones - Elaborar las 	<ul style="list-style-type: none"> - Velar por el buen estado de las mercancías - Desempeñar las funciones del gerente en caso de ausencia - Correcta elaboración de documentos soporte de las operaciones que realizar la empresa - Elaborar y gestionar el plan de marketing

ASPECTOS LEGALES

Tipo de Organización empresarial (monografías, 2005)

Sociedad anónima
Comercializadora internacional.

CERTIFICACIONES Y GESTIONES ANTE ENTIDADES PUBLICAS (MINISTERIO DE COMERCIO, 2012) (CAMARA DE COMERCIO MEDELLIN, 2012)

1. Registro de Escritura pública en notaría como sociedad limitada: el costo de este registro es de \$78.314.
2. Estudio de mercados y localización de la demanda
3. Registro ante Cámara de Comercio: el costo de este registro es de \$74.000
Certificado de Existencia y Representación Legal: tiene un costo de \$2.500
4. Registro ante la DIAN como Comercializadora Internacional
5. Inscripción en el Registro Nacional de Exportadores (ley 6 de 1992 devolución del IVA).
 - Diligenciar el formulario establecido por la dirección general de Comercio Exterior, y anexar la siguiente información:
Fotocopia del NIT de la sociedad, fotocopia de la cédula de ciudadanía del Representante Legal, Certificado de Existencia y Representación Legal o Registro Mercantil.

Funcionamiento y operación legal (Camara de comercio Medellin, 2012)

- a) Cumplir con las condiciones sanitarias descritas por la Ley 9a. De 1979 y demás normas vigentes sobre la materia (todos los establecimientos). En la Secretaría de Salud puede solicitar una constancia sanitaria.

- b) Registro de los libros de comercio. En la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia puede solicitar el registro de libros de comercio y los correspondientes a actas, asambleas, accionistas, entre otros.
- c) Cumplimiento de obligaciones laborales y de seguridad social con sus trabajadores.
- d) Trámite de afiliación ante Empresas Promotoras de Salud (EPS); Administradoras de Riesgos Profesionales (ARP); Administradoras de Fondos de Pensiones (AFP); SENA, Cajas de Compensación Familiar e Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF).
- e) Solicitud de autorización para numeración de Facturación – DIAN.
- f) Renovación anual de la matrícula mercantil: dentro de los tres primeros meses de cada año debe hacerse ante la Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia.
- g) Diligenciamiento y presentación de declaraciones tributarias: en los plazos establecidos por la DIAN.
- h) Declaración de industria y comercio: dentro de los cuatro primeros meses del año ante la Subsecretaría de Rentas Municipales.

Otros trámites complementarios (Camara de comercio Medellin, 2012)

- a) Registros y permisos sanitarios-INVIMA.
- b) Registro de Marca: Superintendencia de Industria y Comercio (SIC).
- c) Licencias ambientales-Área Metropolitana.
- d) Permiso de vertimientos-Área Metropolitana

REQUISITOS DE CUMPLIMIENTO EN PAÍS DE DESTINO. (PRESIDENCIA DE
LA REPUBLICA MEXICO, 2012)

Las normas oficiales mexicanas (NOM) son las encargadas de regular a el sector público y privado. Para ingresar productos al mercado mexicano se debe contar con la autorización de la dependencia que regula el producto o servicio.

Si se incumple la NOM se hace acreedor a una sanción, la NOM son restricciones y regulaciones no arancelarias.

Normatividad (nom)

En el caso del calzado se aplica la norma oficial mexicana:

NORMA	FECHA	DESCRIPCION
NOM-020-SCFI-1997	27/04/1998	Etiquetado de cueros y pieles curtidas naturales y materiales sintéticos o artificiales con esa apariencia, calzado, marroquinería así como los productos elaborados con dichos materiales.

Las normas en relación al calzado en cuero son:

NORMA	FECHA	DESCRIPCION
NMX-A-219-1982	21/04/1982	Pruebas Físicas del cuero determinación de la impermeabilidad del cuero para calzado y para suelas
NMX-A-233-1982	19/11/1982	Determinación de la solidez del color de los cueros teñidos
NMX-A-234-1982	02/10/1982	Determinación de la solidez del color a los solventes orgánicos de cueros teñidos

NMX-A-235-1983	11/02/1983	Pruebas físicas del cuero, determinación de la resistencia al desgarre.
NMX-A-236-1983	11/02/1983	Pruebas físicas de cuero, medición de la contracción superficial por inmersión en agua hirviendo.
NMX-A-237-1983	11/02/1983	Pruebas físicas del cuero, medición de la dilatación y la resistencia de la flor por medio de la prueba de reventamiento por bola.

Requerimientos a cumplir por el calzado:

- Etiquetado
- Utilizar el idioma español y llevar visiblemente:
 - Nombre de importador
 - País de origen
 - Definición específica de materiales (puede ser en una etiqueta)
 - Quienes deseen que su marca este en el calzado, puede solicitar al fabricante siempre que esto no ocupe datos de marcado.
 - Corte, forro y suela
 - Marcado de piel y cuero curtido (estos solo se marcan en un lugar visible del embalaje, opcional mediante un tiquete adherido.
 - Nomenclatura

INFORMES FINANCIEROS

Ventas

VENTAS TOTALES POR PRODUCTO			
	Ventas	Participación del total Ventas	
PRODUCTOS	Mocasín	\$ 23.100.000,0	20,70%
	zapato caballero	\$ 25.300.000,0	22,67%
	zapatilla caballero	\$ 21.280.000,0	19,07%
	sandalia dama	\$ 16.920.000,0	15,16%
	tacones dama	\$ 25.000.000,0	22,40%
	VENTAS TOTALES (VT)	\$ 111.600.000,0	100,00%

Estructura de costos

COSTOS TOTALES								
PRODUCTOS	Total Costos Variables por Producto		Ventas Unidades	Costo Variable total	Participación Ventas	Costos Unitario Total Ponderado por Producto	COSTOS FIJOS	
	mocasín	\$ 79.187,1	210	\$ 16.629.285,8	20,70%	\$ 97.511,34	TOTAL COSTOS FIJOS PRODUCCIÓN	\$ 12.100.804,0
	zapato caballero	\$ 81.773,6	220	\$ 17.990.189,3	22,67%	\$ 100.930,78	TOTAL COSTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 1.420.000,0
	zapatilla caballero	\$ 71.590,3	190	\$ 13.602.161,8	19,07%	\$ 90.247,76	TOTAL COSTOS FIJOS DE COMERCIALIZACION Y VENTAS	\$ 5.070.000,0
	sandalia dama	\$ 69.112,3	180	\$ 12.440.220,8	15,16%	\$ 84.771,26	COSTOS FIJOS TOTAL (CFT)	\$ 18.590.804,0
	tacones dama	\$ 74.701,4	200	\$ 14.940.275,0	22,40%	\$ 95.524,41		
	COSTO VARIABLE TOTAL (CVT)			\$ 75.602.132,5				
	RESUMEN COSTOS							
	Cuenta						Valor	Participación
	Total Costos Variables						\$ 75.602.132,5	80,26%
	Total Costos fijos de producción						\$ 12.100.804,0	12,85%
	Total Costos fijos de administración						\$ 1.420.000,0	1,51%
	Total Costos fijos de Comercializacion y Ventas						\$ 5.070.000,0	5,38%
	Costos Totales						\$ 94.192.936,5	100,00%

Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO TOTAL					
Producto o Servicio	Cantidad a Vender por Mes	Costo Variable Unitario/CMV	Precio de Venta Unitario	Costo Variable Total	Venta Total
mocasín	210	\$ 79.187,08	\$ 110.000,00	\$ 16.629.285,75	\$ 23.100.000,00
zapato caballero	220	\$ 81.773,59	\$ 115.000,00	\$ 17.990.189,25	\$ 25.300.000,00
zapatilla caballero	190	\$ 71.590,33	\$ 112.000,00	\$ 13.602.161,75	\$ 21.280.000,00
sandalia dama	180	\$ 69.112,34	\$ 94.000,00	\$ 12.440.220,75	\$ 16.920.000,00
tacones dama	200	\$ 74.701,38	\$ 125.000,00	\$ 14.940.275,00	\$ 25.000.000,00
VALORES TOTALES				\$ 75.602.132,50	\$ 111.600.000,00

PUNTO DE EQUILIBRIO POR PRODUCTO			
Margen Contribución Unitario	Participación Ventas	Punto Equilibrio (Unidades)	Punto Equilibrio (Pesos)
\$ 30.812,93	20,70%	124,89	\$ 13.737.437,06
\$ 33.226,41	22,67%	126,84	\$ 14.587.097,53
\$ 40.409,68	19,07%	87,72	\$ 9.825.129,12
\$ 24.887,66	15,16%	113,25	\$ 10.645.794,56
\$ 50.298,63	22,40%	82,80	\$ 10.349.702,98

Costo Variable promedio =	67,74%	Punto de Equilibrio (%) =	51,64%
Margen de contribución (\$) =	\$ 35.997.867,50	Punto de Equilibrio (\$) =	\$ 57.634.906,47
Margen de contribución (%) =	32,26%		

--

FLUJO DE CAJA	-\$ 137.452.314	\$ 7.087.531	\$ 7.070.242	\$ 7.052.643	\$ 7.034.729	\$ 7.016.495	\$ 6.997.934	\$ 6.979.041	\$ 6.959.809	\$ 6.940.234	\$ 6.920.308	\$ 6.900.025	\$ 283.046.396
---------------	-----------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	----------------

Tasa Interna de Retorno	3,00%
Valor Presente Neto	125.855.728
Tasa Interna de Retorno	9,86%

Flujo de caja año 2 y 3

FLUJO DE CAJA (ANUAL - 3 AÑOS) y EVALUACIÓN FINANCIERA

Conceptos	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3
+ Ingresos por venta		\$ 1.339.200.000	\$ 1.339.200.000	\$ 1.339.200.000
- Costos variables		\$ 907.225.590	\$ 907.225.590	\$ 907.225.590
- Costos fijos		\$ 223.089.648	\$ 223.089.648	\$ 223.089.648
Costos fijos de Producción		\$ 145.209.648	\$ 145.209.648	\$ 145.209.648
Costos fijos de Administración		\$ 17.040.000	\$ 17.040.000	\$ 17.040.000
Costos fijos de comercialización y ventas		\$ 60.840.000	\$ 60.840.000	\$ 60.840.000
- No Desembolsables	\$ 0	\$ 4.011.203	\$ 4.011.203	\$ 4.011.203
- Intereses Crédito	\$ 0	\$ 27.071.706	\$ 18.084.810	\$ 6.965.672
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 0	\$ 177.801.853	\$ 186.788.749	\$ 197.907.887
- Impuestos	\$ 0	\$ 60.097.026	\$ 63.134.597	\$ 66.892.866

= Utilidad despues de Impuestos	\$ 0	\$ 117.704.827	\$ 123.654.152	\$ 131.015.021
+ Ajuste por No Desembolsables	\$ 0	\$ 4.011.203	\$ 4.011.203	\$ 4.011.203
+ Otros Ingresos (No sujetos a impuesto)	\$ 142.725.906	\$ 0	\$ 0	\$ 268.144.611
Prestamos	\$ 142.725.906			
Recuperación Capital de trabajo				\$ 257.498.006
Valor de Salvamento				\$ 10.646.606
- Otros Egresos no deducibles de impuesto	\$ 280.178.220	\$ 37.877.658	\$ 46.864.555	\$ 57.983.692
Activos Fijos	\$ 16.047.900			
Pago Credito (Capital)	\$ 0	\$ 37.877.658	\$ 46.864.555	\$ 57.983.692
Gastos PREOPERATIVOS	\$ 6.632.314			
Capital de Trabajo	\$ 257.498.006	\$ 0	\$ 0	
FLUJO DE CAJA	-\$ 137.452.314	\$ 79.827.168	\$ 76.789.597	\$ 341.175.940

Tasa Interna de Retorno	42,58%
Valor Presente Neto	74.029.011
Tasa Interna de Retorno	73,14%

Estructura financiera

INVERSIONES (EXIGIBLES y DISPONIBLES)
--

Inversiones	Exigibles (Valor)	Disponible	Requerimiento Financiero
Activos Fijos	\$ 16.047.900,0	\$ 2.000.000,0	\$ 14.047.900,0
Gastos Pre operativos	\$ 6.632.314,0	\$ 5.452.314,0	\$ 1.180.000,0
Capital de Trabajo	\$ 257.498.005,5	\$ 130.000.000,0	\$ 127.498.005,5

Total Requerimientos Financieros	\$ 142.725.905,5
---	-------------------------

Capital de trabajo

Requerimientos de Efectivo	CUENTA	VALOR
	Costos Variables	\$ 75.602.133
	Costos Fijos de Producción	\$ 12.100.804
	Costos Fijos de Administración	\$ 1.420.000
	Costos Fijos de Comercialización y Ventas	\$ 5.070.000

Activo Corriente	CUENTA	VALOR
	Cuentas por Cobrar	\$ 94.192.937
	Inventarios productos	\$ 87.702.937
	Inventario de Materia Prima	\$ 75.602.133

Pasivo Corriente	CUENTA	VALOR
	Materia Prima	\$ 75.602.133
	Fijos de Producción	\$ 12.100.804
	Administrativos	\$ 1.420.000
	Comercialización y Ventas	\$ 5.070.000

INVERSION EN CAPITAL DE TRABAJO

\$ 257.498.006

	diferidos												
=	Utilidad Operativa	17.072.797	17.072.797	17.072.797	17.072.797	17.072.797	17.072.797	17.072.797	17.072.797	17.072.797	17.072.797	17.072.797	17.072.797
+	Otros Ingresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
-	Otros egresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
-	Costos de Financiación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
=	Utilidad Antes de Impuestos	17.072.797	17.072.797	17.072.797	17.072.797	17.072.797	17.072.797	17.072.797	17.072.797	17.072.797	17.072.797	17.072.797	17.072.797
-	Impuestos	5.770.605	5.770.605	5.770.605	5.770.605	5.770.605	5.770.605	5.770.605	5.770.605	5.770.605	5.770.605	5.770.605	5.770.605
=	UTILIDAD NETA	11.302.191	11.302.191	11.302.191	11.302.191	11.302.191	11.302.191	11.302.191	11.302.191	11.302.191	11.302.191	11.302.191	11.302.191
-	Utilidades Repartidas (Dividendos)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
=	Utilidades no Repartidas	11.302.191	11.302.191	11.302.191	11.302.191	11.302.191	11.302.191	11.302.191	11.302.191	11.302.191	11.302.191	11.302.191	11.302.191
	Utilidades no Repartidas Acumuladas	11.302.191	22.604.383	33.906.574	45.208.765	56.510.957	67.813.148	79.115.339	90.417.531	101.719.722	113.021.913	124.324.105	135.626.296

BIBLIOGRAFÍA

[Camara de comercio Medellin. \(2012\). *Camara de comercio de Medellin para Antioquia*. Recuperado el 2012, de http://www.camaramedellin.com.co/site/Servicios-Registrales/Registro-Mercantil.aspx](http://www.camaramedellin.com.co/site/Servicios-Registrales/Registro-Mercantil.aspx)

[Camara de la industria del calzado del estado de Guanajuato. \(2012\). *CICEG*. Recuperado el 2012, de CICEG: http://www.ciceg.org/](http://www.ciceg.org/)

[Cano, D. A. \(2011\). *Plan de negocios exportacion de calzado a Mexico*. Medellin, Antioquia, Colombia: Esumer-trabajo de grados.](#)

[Crone, S. \(2012\). *Distribution & logistic*. Recuperado el 2012, de Distribution & logistic: http://www.distribucion-y-logistica.com/distribucion/articulos/distribucion-en-mexico.html](http://www.distribucion-y-logistica.com/distribucion/articulos/distribucion-en-mexico.html)

[Instituto nacional de estadística y geografía México. \(2012\). *inegi*. Recuperado el febrero de 2012, de http://www.inegi.org.mx/](http://www.inegi.org.mx/)

[Instituto valenciano de la exportación. \(2009\). *Sector calzado en Mexico*. Valencia-España.](#)

[Ministerio de comercio. \(2012\). *mincomercio*. Recuperado el 2012, de https://www.mincomercio.gov.co/eContent/verimp.asp?id=659&IdCompany=1](https://www.mincomercio.gov.co/eContent/verimp.asp?id=659&IdCompany=1)

[monografias. \(2005\). *Monografias*. Recuperado el 2012, de http://www.monografias.com/trabajos26/tipos-empresas/tipos-empresas.shtml](http://www.monografias.com/trabajos26/tipos-empresas/tipos-empresas.shtml)

[Presidencia de la república México. \(2012\). *Presidencia*. Recuperado el 2012, de http://presidencia.gob.mx/mexico/](http://presidencia.gob.mx/mexico/)

[wikipedia. \(2010\). *Wikipedia*. Recuperado el 2012, de http://es.wikipedia.org/wiki/M%C3%A9xico](http://es.wikipedia.org/wiki/M%C3%A9xico)

