

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER**  
**FACULTAD DE ESTUDIOS INTERNACIONALES**  
**TECNOLOGÍA EN COMERCIO INTERNACIONAL**

**NOMBRE DEL PROYECTO**

**PLAN DE NEGOCIO AREZZO S.A.S**

**INFORME DE TRABAJO FINAL PARA OPTAR AL GRADO DE TECNÓLOGO EN**  
**COMERCIO INTERNACIONAL**

**EXPORTACIÓN DE CALZADO PARA DAMA**

**NOMBRE DE LOS GRADUADOS**

José Vásquez

Alexandra López López

Juan Manuel duque

**PROFESORES GUÍAS: Nombres y apellidos del Docente**

**ALEJANDRA MARÍN**

**Año**

2016

## **Agradecimientos**

Primeramente darle las gracias a Dios por permitirnos llegar hasta este punto, segundo a nuestros padres que se esfuerzan día a día para cumplir cada uno de nuestros sueños.

También queremos agradecerles a la profesora ALEJANDRA MARÍN por haber sido un gran apoyo y una excelente guía en todo el proceso de nuestro proyecto, y a cada uno de los docentes por brindarnos de su conocimiento; por ultimo a esta gran institución, donde nos formamos como personas y seres humanos capaces de enfrentarnos al mundo laboral que nos espera.

## **ÍNDICE**

Resumen ejecutivo

Introducción

### **Capítulo I Información general de la empresa**

1.1 Nombre de la empresa y marca

1.2 Tipo de empresa

1.3 Descripción de la empresa

1.4 Misión y visión de la empresa

1.4.1 Misión

1.4.2 Visión

1.5 Relación productos y/o servicios

1.6 Ventajas competitivas

1.7 Trámites y costos

### **Capítulo II Análisis del entorno y el sector**

2.1 Entorno

2.2 Sector o industria

### **Capítulo III Análisis del mercado**

3.1 Objetivos del mercado

3.2 Mercado meta

3.3 Perfil del mercado potencial de bienes

3.4 Cuantificación de los clientes potenciales de bienes

3.5 Mercado competidor

3.6 Mercado distribuidor

3.7 Comunicación y actividades de promoción y divulgación

3.7.1 Comunicación

3.7.2 Actividades de promoción y divulgación

3.8 Plan de ventas

## **Capítulo IV Análisis comercio internacional**

4.1 Tratados comerciales

4.2 Posiciones arancelarias y beneficios arancelarios

4.3 Requisitos y vistos buenos

4.4 Capacidad exportadora

4.5 Participación en ferias especializadas

4.6 Rutas de acceso

4.7 liquidación de costos y precios de exportación

## **Capítulo V Análisis técnico**

5.1 Descripción del proceso de comercialización

5.2 Capacidad de comercialización

5.3 Plan de comercialización

5.4 Recursos materiales y humanos para la producción

5.4.1 Locaciones

5.4.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres.

## **Capítulo VI. Análisis administrativo**

6.1.1 Estructura organizacional del negocio

6.1.2 Requerimientos de personal.

6.1.3 Costos personal y procesos administrativos tercerizados.

6.2.1 Requerimientos de maquinaria, equipos, software

6.2.3 Requerimientos de materiales e insumos por aérea

6.2.4 Requerimientos de servicios por aérea.

## **Capítulo VII Análisis legal**

7.1 Tipo de organización empresarial

7.2 Certificaciones y gestiones ante entidades públicas.

## **Capítulo VIII Análisis financiero**

8.1 Tasa de interés, impuesto, tasas de rentabilidad

8.2 Aportes de capital de los socios

8.3 Créditos y préstamos bancarios

8.4 Precio de los productos

## 8.5 Ingresos y egresos

### 8.5.1 Ingresos

### 8.5.2 Egresos

#### 8.5.2.1 Inversiones

#### 8.5.2.2 Costos fijos y variables

### 8.5.3 Estados financieros

#### 8.5.3.1 Estados de pérdidas y ganancias

#### 8.5.3.2 Flujo de caja y VPN

#### 8.5.3.3 Balance general

#### 8.5.3.4 Indicadores

### 8.5.4 Estados financieros proyectados y análisis de sensibilidad

#### 8.5.4.3 Flujo de caja proyectado

#### 8.5.4.4 Balance general proyectado

#### 8.5.4.5 Indicadores proyectados

## 8.6 Análisis de sensibilidad

## **LISTA DE FIGURAS**

Figura 1. Producto a comercializar.

Figura 2. Logotipo.

Figura 3. Exportaciones hacia Perú vía aérea.

Figura 4. Exportaciones hacia Perú vía marítima.

Figura 5. Exportaciones hacia Perú vía terrestre.

Figura 6. Flujo grama. Proceso de compra

Figura 7. Flujo grama. Proceso de venta,

Figura 8. Locaciones

Figura 9. Estructura organizacional.

## **LISTA DE TABLAS**

- Tabla 1. Ventajas competitivas
- Tabla 2. Costos de constitución
- Tabla 3. Importaciones desde el Perú
- Tabla 4. Exportaciones de calzado desde Colombia
- Tabla 5. Proyección de ventas
- Tabla 6. Costo en publicidad
- Tabla 7. Costo de participación en ferias
- Tabla 8. Plan de comercialización
- Tabla 9. Personal para el comercio internacional
- Tabla 10. Muebles y enseres
- Tabla 11. Personal de comercialización internacional
- Tabla 12. Personal administrativo
- Tabla 13. Suministros de oficina
- Tabla 14. Requerimientos de servicios por área
- Tabla 15. Costos de certificaciones
- Tabla 16. Capital de los socios
- Tabla 17. Tabla de amortización
- Tabla 18. Precio del producto
- Tabla 19. Ingresos
- Tabla 20. Inversiones
- Tabla 21. Gastos operativos
- Tabla 22. Capital de trabajo
- Tabla 23. Costos fijos
- Tabla 24. Costos variables
- Tabla 25. Estado de resultados
- Tabla 26. Flujo de caja
- Tabla 27. Balance general
- Tabla 28. Indicadores
- Tabla 29. Estado de resultados ( proyectada)

Tabla 30. Flujo de caja (proyectada)

Tabla 31. Balance general (proyectado)

Tabla 32. Indicadores (proyectada)



## **GLOSARIO**

**COMERCIALIZACIÓN:** venta de productos bienes o servicios realizados por organizaciones y o empresas.

**PROVEEDOR:** persona o empresa que abastece a otras empresas con existencias (artículos) los cuales serán utilizados para venderlos posteriormente o directamente si compran para su venta.

**CANAL DE DISTRIBUCIÓN:** Es el conducto que cada empresa escoge para llevar sus productos al consumidor final.

**CONTENEDOR:** recipiente metálico o de otro material resistente de gran tamaño para facilitar el manejo de mercancías.

**DISTRIBUCIÓN:** Etapa de la logística integral responsable de planifica, ejecutar y controlar el transporte de carga para cada cliente y punto de venta.

**INNOVACIÓN:** cambio que introduce alguna novedad o varias en un ámbito, un contexto o un producto.

**FLETE:** precio estipulado por el alquiler de una nave o una parte de ella

**PUERTO:** lugar natural o construido en la costa u orillas de un río, protegido de los vientos y dispuesto para admitir la detención de buques y realizar operaciones de carga y descarga de mercancías

**INVENTARIO:** existencia o cantidad de productos físicos que se conservan en un lugar o momento determinado para facilitar la producción

**INCOTERM:** reglas aplicables internacionalmente con el propósito de facilitar y uniformizar la interpretación de los términos comerciales utilizados

**CARGA:** conjunto de mercaderías que son objeto de una operación de transporte mediante el pago de un precio.

**ALMACÉN:** establecimiento o recinto destinado a recibir, guardar, manipular, reacondicionar preparar y expedir mercancías

## **Executive Summary**

Arezzo S.A.S is a company in charge of the marketing of leather footwear, conducting market studies we chose that the country to which we are going to export is Perú. Among the competitors that we will find in the Peruvian market is Bata and Ciara, whose presence can affect us in the projected sales.

Currently Colombia has a free trade agreement with Perú, which benefits us when competing with prices, we will be participating in the fair EXPOTEXTIL PERU. The product will be exported by sea where its travel time will be 3 days towards the port of CALLAO.

We will describe the entire process from the purchase of the product to its sale and the extent to which AREZZO S.A.S has the ability to market. According to the market studies we will have projected a stipulation in monthly sales up to 1800 pairs annually.

We will have trained personnel in the range of international trade and marketing, as well as, AREZZO S.A.S will have workers of the party in charge of everything that this with the related to the administrative part. We will attach images of what will be the office and relate to the furniture and appliances that will be used in this.

In the financial part will be reflected everything that has to do with capital contributions that will be 38 million, in which 30 million will be through loans with the bank of opportunities. We will reflect from the state of profit and loss, cash flow and the indicators

## **Resumen ejecutivo**

Arezzo S.A.S es una empresa encargada de la comercialización de calzado de cuero, realizando estudios de mercado escogimos que el país al cual vamos a exportar es Perú. Entre los competidores que nos encontraremos en el mercado peruano se encuentra Bata y ciara, cuya presencia puede afectarnos en las ventas proyectadas.

En la actualidad Colombia tiene un tratado de libre comercio con Perú, que nos beneficia a la hora de competir con precios, estaremos participando en la feria EXPOTEXTIL PERÚ. El producto se exportará vía marítimo donde su tiempo de recorrido será de 3 días hacia el puerto de CALLAO.

Describiremos todo el proceso que tendremos desde la compra del producto hasta su venta y hasta qué punto AREZZO S.A.S tiene la capacidad de comercializar. De acuerdo con los estudios de mercado tendremos proyectado un estipulado en ventas mensuales hasta 1800 pares anuales.

Contaremos con personal capacitado en el rango de comercio internacional y de comercialización, así como también, AREZZO S.A.S tendrá trabajadores de la parte encargada de todo que este con lo relacionado con la parte administrativos. Adjuntaremos imágenes de lo que será la oficina y relacionaremos con los muebles y enseres que será utilizado en esta.

En la parte financiera estará reflejada todo lo que tiene que ver con los aportes de capital que serán 38 millones, en el cual 30 millones serán a través de préstamos con el banco de las oportunidades. Reflejaremos desde el estado de perdida y ganancias, flujo de cajas y los indicadores.

## **Introducción**

El presente trabajo es un proyecto de creación de una empresa para la comercialización de calzado, tras un estudio de mercado que se realizó en el país de Perú, que será nuestro mercado objetivo, se concluyó que es un país potencial ya que presenta altos índices de compra, nos hemos basado en ello para llevarles moda, calidad y diseños innovadores.

AREZZO S.A.S le dará a su producto autenticidad ya que este será hecho a mano y con materiales altamente certificables

## **CAPITULO I. INFORMACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA**

### **1.1 Nombre De La Empresa Y Marca**

Arezzo S.A.S se dedicará a la comercialización de calzado de cuero para dama hecho a mano, se dedicará netamente a la distribución. El país a exportar inicialmente será Perú, este producto tendrá un alto valor agregado gracias a su calidad y mano de obra altamente calificada.

### **1.2 Tipo de Empresa**

El tipo de empresa al cual perteneceremos es sociedad por acciones simplificadas (S.A.S), obtendremos beneficios tales como ya que esta nos permite mayor facilidad en la operación y administración.

No se requiere adelantar el trámite de aprobación de inventario ante la Superintendencia de Sociedades.

El código ciu de Arezzo S.A.S 4610

### **1.3 Descripción de la Empresa**

El objeto social de Arezzo S.A.S es la comercialización de calzado de cuero, contaremos con una sola oficina que se encontrará ubicada en Itagüí, contaremos con un total de 8 empleados en el cual se encuentran: administración, comercio internacional y su asistente, un personal encargado en la comercialización con su asistente, contaremos con una secretaria y un contador.

El producto a vender se diferenciará en el alto valor agregado ya que contamos con un proveedor que maneja las más altas calidades en la elaboración de este producto, teniendo un personal capacitado.

El producto está dirigido hacia la industria del calzado, el tamaño de la compañía será microempresa ya que contaremos solo con 8 empleados. el código ciu es 4610 comercio al por mayor de calzado de cuero.

## **1.4 Visión Y Misión De La Empresa**

### **Misión**

Arezzo S.A.S empresa comercializadora de calzado de cuero casual para dama con una alta calidad en la manufactura de cuero, nuestra principal misión es promoverá aún más este sector en la región antioqueña, siendo así más competitivos a nivel nacional e internacional, poseemos un concepto distintivo en diseño y comodidad, generando buenas expectativas en nuestro clientes y proveedores.

### **Visión**

En el año 2021 seremos los principales comercializadores a nivel nacional, basándonos en originalidad de diseños en nuestros productos. y así compitiendo con grandes exportadores de calzado a nivel internacional. Obteniendo grandes reconocimientos de nuestros clientes en Latinoamérica.

## 1.5 Relación Productos y/o Servicios



**Figura 1:** Producto principal

El producto a comercializar será calzado de cuero para dama hecho a mano, con suela de caucho parte superior con cuero natural, brindaremos un mejor servicio vía web para facilitar la compra de este producto.

### **BENEFICIOS:**

- el producto llegara al consumidor final sin ningún tipo de costo
- las garantías serán de alrededor de 5 meses
- bajos precios y excelente calidad.

El calzado ira debidamente empacado y embalado en cajas individuales de cartón corrugado, su transporte será en un contenedor de 20', su recorrido será alrededor de 15 días; no contará con almacenamiento ya que el proveedor se encargará de almacenar y directamente despachar el contendor hacia Perú.

## 1.6 Ventajas Competitivas

Las ventajas con las que cuenta AREZZO S.AS. son amplias y tiene que ver con varios aspectos:

<b>AREZZO</b>	<b>COMPETENCIA</b>
Cuero natural	Materia prima sintética
calidad certificada	Poca vida útil
precios accesibles	Precios elevados
estilos innovadores	Diseños fijos

**Tabla 1:** Ventajas competitivas.

## 1.7 Tramites y Costos

Los costos para la constitución de la empresa se verán a continuación.

DESCRIPCIÓN	ENTIDAD	VALOR
Constitución de Sociedad	Cámara de comercio	\$34.000
Impuesto de registro (Con cuantía)	Cámara de comercio	\$70.000
Matricula persona jurídica	Cámara de comercio	\$131.000
Formulario de registro mercantil	Cámara de comercio	\$4.500
Inscripción de los libros	Cámara de comercio	\$12.000
	TOTAL	\$251.500

**Tabla 2:** Costos de constitución.

## CAPITULO II. ANÁLISIS DEL ENTORNO Y EL SECTOR

### 2.1 Entorno:

Perú, es uno de los mercados definidos de mayor interés e importancia para Colombia. La República de Perú, ubicada al Occidente del continente Sur Americano. La superficie total de su territorio es de 1.285.216 km<sup>2</sup>, convirtiéndolo en el vigésimo país más grande del mundo.

Según datos de pro Colombia Perú posee una extensa red de carreteras compuesta por 137.327 km. de los cuales 26.017 km. corresponde a vías nacionales. Las principales vías son: la carretera Panamericana, que cubre una distancia de 3.000 km. recorre la costa y atravesando 10 ciudades del territorio peruano desde la frontera con Ecuador hasta Chile; la carretera Marginal de la Selva, que une a los pueblos del norte cercanos a la frontera ecuatoriana con los pueblos del sur, próximos a la frontera con Bolivia; y la carretera Central, que inicia en Lima y se dirige hacia la sierra peruana.

El sistema ferroviario peruano se extiende a lo largo de 1.906 km., de los cuales se encuentran concesionados 1.572km., que son administrado por dos empresas privadas: El Ferrocarril Transandino, que opera sobre 980 km de la red férrea en el Sur y el Sur Oriente del país y Ferrovías Central Andina, que opera en el centro del país; posee capacidad de carga a gran escala y es el medio principal para el transporte de productos minerales.

(procolombia , 2016)

Actualmente los sectores del calzado han llegado tecnología avanzada para la mejora de la producción de calzado, ya que muchos jóvenes no quieren trabajar en dicho sector, viéndose



fuertemente afectada la industria en la mano de obra porque cada vez son más adultos los operarios y más costosos.

Los resultados del año pasado en producción y ventas fueron buenos, y todo indica que en el 2015 vamos a seguir por el mismo camino”, asegura Luis Gustavo Flórez, presidente de Acicam

Todo indica que este sector va en crecimiento ya que las nuevas condiciones harán que las exportaciones aumenten, hoy contamos con más de 1,5 millones de pares de calzado

Tenemos el respaldo del gobierno en el cual apoya con un arancel mixto del 10% para las importaciones de calzado hacia Colombia, no obstante, les cobran 5 Dólares por cada para importado apoyando así a la industria nacional. También apoyan realizando ferias internacionales de calzado como la que se realizó en Bogotá (Corferias).

(Portafolio, 2015)

Perú en la última década ha tenido un crecimiento promedio del PIB del 5.9% en un entorno de baja inflación (2.9% promedio). El empleo ha crecido y gracias el índice de pobreza ha disminuido en esta década de un 55.6% al 21.8% y la pobreza extrema paso de un 15.8% al 4.1%, para el 2016 se espera tener un crecimiento del PIB del 3.8% dejando al Perú con uno de los crecimientos más altos de latino América

Las economías peruanas será una de las segundas de mayor crecimiento en Sudamérica, ya que será superado por el 3.8% que se espera para la economía de Bolivia. El Perú tendrá un mejor desempeño económico que Paraguay (2.9%), Colombia (2.5%) y Chile (1.5%). Según el informe Panorama Económico Mundial del FMI, difundido hoy, la economía peruana crecería 4.1% en el 2017 y 3.5% en el 2021. (Gestion , 2016)

## **TABLA DE IMPORTACIONES DESDE PERÚ**

<b>Fecha País Exportador</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
Estados Unidos	14.260.649	6.785.415	3.686.417
Taiwán	11.298.700	7.213.719	3.314.490
Panamá	7.158.365	5.573.107	2.583.009
Hong Kong	12.791.065	9.126.224	4.515.578
Brasil	6.933.473	4.887.216	3.075.315

<b>Fecha País Exportador</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
China	6.421.511	6.290.807	3.731.846
+Chile	3.811.940	2.610.819	1.355.179
Singapur	1.739.935	8.248.595	3.645.897
Países Bajos	3.401.760	2.779.740	1.030.826
Francia	1.946.862	1.371.171	1.047.673
Otros	15.355.964	15.872.251	10.330.338
<b>Total</b>	<b>85.120.225</b>	<b>70.759.065</b>	<b>38.316.568</b>

**Tabla 3:** Importaciones desde Perú

Fuente: (Trade Comex )

## 2.2 Sector o Industria

Pertenece al sector segundo terciario, las exportaciones de calzado en Colombia durante el 2015 fueron de 16.680.037 y según estadísticas hasta mayo del 2016 han sido de 12,774,876,46 han disminuido un 23,4%. Las exportaciones en la industria del calzado subieron en 2014 (+0.2 P.P).

Durante el primer trimestre del 2015 las exportaciones en el sector del cuero, calzado y sus manufacturas (+0,1 p.p.) que explica un 0.3% en el crecimiento, Durante el primer bimestre de 2015, los sectores que más contribuyeron al crecimiento de las importaciones industriales fueron: el cuero, calzado y manufacturas relacionadas (+0,1 p.p.)

**TABLA. EXPORTACIONES DE CALZADO EN COLOMBIA  
ANUAL- FOB USD**

<b>Fecha País Importador</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
Ecuador	6.354.380	4.038.565	908.749
Panamá	2.128.535	2.545.562	1.332.292
Chile	1.028.484	2.106.521	1.211.415
México	343.196	312.061	65.859
Perú	1.456.787	987.633	718.087
Venezuela	265.675	327.448	324.853
Costa Rica	812.311	1.490.834	572.068
Estados Unidos	1.278.079	931.214	661.288
Puerto Rico	200.572	311.400	45.887
Aruba	217.222	271.909	85.677
Otros	1.727.752	1.564.344	777.151
<b>Total</b>	<b>15.812.993</b>	<b>14.887.492</b>	<b>6.703.327</b>

**Tabla 4:** exportaciones de calzado desde Colombia.

(Trade Comex)

## **CAPITULO III. ANÁLISIS DEL MERCADO**

### **3.1 Objetivos de mercadeo**

En un año la proyección es buscar una alianza estratégica y comercial, en sitios web donde podamos darnos a conocer y comercializar el producto.

En tres años estar posicionados con nuestro distribuidor elegido y ser identificados en el mercado y así obteniendo unas ventas anuales de 5400 pares de zapatos

A cinco años tendremos alianzas con cada uno de los sitios web de ventas en el Perú, con un crecimiento en ventas de un 25%.

### **3.2 Mercado meta.**

El mercado meta serán mujeres entre los 20 y 35 años cuyas edades empiezan a tener poder adquisitivo y donde empiezan a preocuparse más por su presentación personal, ya que son personas que laboran y buscan confort y estilo, serán dirigidos a los estratos medios y altos, ya que estos poseen la capacidad de compra.

Como empresa nos estamos inclinando más hacia las ventas online ya que hoy en día la internet se ha vuelto el sitio más asequible y rápido para compras. Perú está estimulando el pago con tarjeta por internet haciendo más fáciles las transacciones de dinero y requiriendo menos información del cliente para comprar online, esto gracias a que se está implementado un modelo de seguridad muy estricto para identificar que terceros estén habiendo tracciones fraudulentas. Esto ha llevado a que en el 2015 hayan tenido más de 1.300 millones de dólares en ventas online. Para evitar el fraude contamos con una alianza con **VISANET Y PROCESOS MC**, que nos ha llevado a tener un crecimiento de 50% al 85% de las transacciones realizadas online.

El público objetivo no se basará en una sola ciudad sino alrededor de todo el Perú. Gracias a esto los clientes tendrán acceso a nuestros productos en cualquier momento y lugar. (el comercio peru, 2015)

### **3.3 Perfil del mercado potencial de bienes**

Este producto se estará comercializando principalmente por medio de la internet empresas, tales como Falabella Perú, linio y platanitos siendo esta última una de las más escogidas por el pueblo peruano.

Están dirigidos a los estratos medios y altos, ya que estos poseen la capacidad de compra a través de la internet y a una edad entre los 20 y 35 años ya que es un edad a la que empiezan el consumo y gozan de un poder adquisitivo de acuerdo a estadísticas son las personas que más utilizan la compra de productos online.

Las formas de pago serán a través de tarjetas, manejaremos una confiabilidad alta a causa de la elección de nuestros comercializadores en el Perú. La garantía será de 6 meses, las páginas web a las que estamos aliadas manejan un envío gratis en el área metropolitana de Lima.

### **3.4 Cuantificación de los clientes potenciales de bienes**

La población del Perú está constituida por 32 millones de habitantes de los cuales 8.640.000 (27%) son jóvenes de esa misma población joven 4. 311.360 (49.9%) son mujeres de las cuales 1.767 son mujeres entre los 20 a 35 años para los que el 30% están en extractos medios altos.

### **3.5 Mercado competidor**

Nuestro principal competidor en el mercado peruano

**Nombre:** Bata Perú

**Páginas web:** [www.bata.com.pe/](http://www.bata.com.pe/)

Bata es una multinacional donde trabajan a nivel global con actividades en los cinco continentes, cada uno supervisado por 4 unidades regionales de negocios comerciales (CBUS). Cada una de estas unidades es especializada en la región de taras específicas, como el desarrollo de productos, compras o en el apoyo de Marketing

La fuerza de Bata se encuentra en su presencia global. Todas las empresas locales tienen su propia gestión, pero cada uno de ellos se beneficia de su relación con la organización multinacional y de sus sistemas de información, la innovación de productos o de compra. (Bata )

Bata Perú se dedica a la venta de calzado para hombres y mujeres, sus precios de calzado en general se encuentran entre los S/.37.00-/.132.00, entre sus debilidades que hemos identificado que no se pueden adquirir sus productos por medio de su web, fortaleza se encuentran radicados en muchos otros países y ya es una marca reconocida en el mundo según estadísticas a través de su página web controlan las ventas en más de 70 países y emplea al día más de 50.000 personas y poseen venta por a través de catálogos.

Entre las debilidades inidentificadas se encuentran las Demoras en las garantías, Algunos calzados no son esperados por los clientes Poca variedad.

Sus fortalezas son comodidad en sus productos.

La distribución del calzado de Bata es principalmente a través de tiendas físicas.

(Bata)

**Nombre:**

Ciara

**Páginas Web:** <http://ciara.com.pe/shop/>

Ciara es otro de nuestro grande competidor en el sector del calzado en Perú, poseen páginas web donde también comercializan sus productos y además de eso poseen tiendas físicas sus precios rondan entre los s/.75.00- y S/.130.00

### **3.6 Mercado distribuidor**

Este producto se estará distribuyendo a través de terceros con sus páginas de internet ya que es una manera muy eficiente y fácil para el consumidor final.

El principal aliado para el calzado para dama es PLATANITO, es una empresa que cuenta con el respaldo y la fidelidad del mercado peruano en todo lo que es vestuario y moda. Estos recibirán el 13% sobre la venta total del producto, en este porcentaje también se cubrirá envío y recogida en caso tal que este requiera garantía.

En Platanitos.com, encontrarás algo más que una tienda online. Encontrarás la calidez de servicio que viene de un negocio familiar desde 1991, cuando abrimos nuestra primera tienda en Miraflores llamada Banana Boutique y que hoy es Platanitos Boutique.

Desde entonces, hemos seguido creciendo convirtiéndonos, no solo en un referente de moda a nivel nacional si no, también en expertos en zapatos, sandalias, tacos, botas, cuñas, zapatillas deportivas y ropa interior de tus marcas favoritas, y algunas nuevas. (Platanitos )

### **3.7 Comunicación y Actividades de promoción y divulgación**

#### **3.7.1 Comunicación.**



**Figura 2:** Logotipo

### 3.7.2 Actividades de promoción y divulgación

La publicidad será por medio de redes sociales haciendo pautas en Instagram y en Facebook siendo estas dos las más importantes para darnos a conocer, también haremos publicidad a través de las principales emisoras de radio en Perú como son ( RPP, la moda y la karibeña), mediante canales de televisión (América, ATV y frecuencia latina).

### 3.8 Plan De Ventas

La proyección de ventas mensual para la actualidad es de 150 pares mensualmente, para unas ventas anuales de 1800 pares.

La perspectiva que tenemos en ventas al finalizar el 3er año es de 5400 pares anuales. Y al finalizar el 5to año la proyección sería de 9000 mil pares anuales.

producto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
<b>Calzado para dama</b>	90	90	100	110	150	160	170	<b>175</b>	<b>180</b>	<b>180</b>	<b>190</b>	<b>205</b>

**Tabla 5:** Proyección de ventas

Estrategia	Cantidad	Valor mensual
Publicidad Facebook	1	\$ 290.000
Instagram	1	\$ 100.000
Publicidad en Google	1	\$ 290.000
Community manager Jr	1	\$ 1.400.000
Total		\$ 2.080.000

**Tabla 6:** Costo en publicida

## **Beneficios**

- Generan contactos con clientes potenciales a quienes le podamos vender nuestro producto
- Redes sociales activas con contenido de calidad que se publica a diario.

## **CAPITULO IV. ANÁLISIS COMERCIO INTERNACIONAL**

### **4.1 Tratados comerciales.**

Actualmente contamos con un tratado (ALIANZA DEL PACIFICO) en el cual se encuentran países como Chile, México, Perú, Costa Rica, Panamá y Uruguay.

Este tratado es una gran oportunidad para el sector del calzado, nos beneficia en ampliar y potenciar a un más nuestro calzado.

Explica que en los sectores de la cadena del cuero y calzado ya el intercambio comercial con Chile, México y Perú, se realiza actualmente sin restricciones y libre de gravámenes en virtud de acuerdos ya perfeccionados y conforme los compromisos recíprocos mencionados en la Comunidad Andina de Naciones en el caso de Perú y mediante convenios de libre comercio con México y Chile.

Dentro de este tratado incluyeron un Convenio de Asistencia Mutua Aduana ya que le da importancia para el buen funcionamiento de este sector, y también la decisión de avanzar en el proceso de concordancia de los reglamentos de etiquetado para los productos de calzado.

(Revista dinero, 2014)

### **4.2 Posiciones Arancelarias y Beneficios Arancelarios**

La partida arancelaria de nuestro producto en Colombia es **6403190000** y en nuestro país de destino es **6404.19.00.00**

Uno de los beneficios de la partida arancelaria, es que estos exentos de arancel y gravamen esto nos da una oportunidad de ser más competitivos en el país, con precios más bajos.

### **4.3 Requisitos y Vistos Buenos**

El Producto a exportar hacia Peru no requiere de vistos buenos.



#### 4.4 Capacidad Exportadora

Con el proveedor que contamos actualmente para la exportación de calzado hacia el Perú, tiene la capacidad de producir 100mil pares de zapatos al año con un precio unitario de 50,000\$ No utilizaremos en 100% de la producción solo contaremos con el 1.8% para el primer año e ira aumentando a medida que tenga aceptación el producto

#### 4.5 Participación en Ferias Especializadas

la feria en la cual comercializaríamos nuestro producto se hace llamar **EXPOTEXTIL PERU** que se realiza anualmente, y este año se llevara a cabo desde el 20 al 23 de octubre en Lima, Peru. La feria cuenta con 11mil mt2 para un publico estimado de 24.000 visitantes en un horario de 2:00pm – 9:00pm en el centro de expocisiones jockey con una duracion de 4 dias.

El hospedaje será en el hotel **Swissôtel Lima**, con un costo de 632.524\$ por noche, nuestro viaje

Estaría programado para el día 19 de oct y regresaríamos 5 días después, el vuelo saldría a alas 10:00am con llega estimada a las 16:00pm al Aero puerto de lima, nuestro regreso a Colombia será el 24 de octubre un día después de la feria. El total de costo de los tiquetes es de 1.173.800\$

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Hospedaje	5 días	632.524	3.162.200
Tiquetes	2 personas	1.173.800	2.347.600
Stand	1	5.400.000	5.400.000
Total			10.709.800

**Tabla 7:** costo de participación en feria.

#### 4.6 Rutas de acceso

El medio de transporte que escogeremos para exportar el producto hacia Perú será el Medio marítimo, ya que lima cuenta con el puerto de CALLAO, nuestro recorrido será Medellín, puerto de buenaventura, y finalmente en lima el tiempo total es de 3 Días, desde el cargue de la moto nave en buenaventura hasta su descargue en callao.

### Transito Estimado (Marítimo)

Desde el puerto de Barranquilla hasta el puerto de callao (Perú) sin conexiones, tardaría alrededor de 13 días, partiendo desde buenaventura hasta el puerto de callao sin conexiones son alrededor de 3 días o hasta el puerto de Paita con conexión en el puerto de balboa(Panamá) el transito estimado es de 13 días.

Puerto de Cartagena hacia el puerto Paita con conexión en puerto de callao (Perú) el transito seria de 12 días o directo hasta el callao (Perú) es de 7 días.

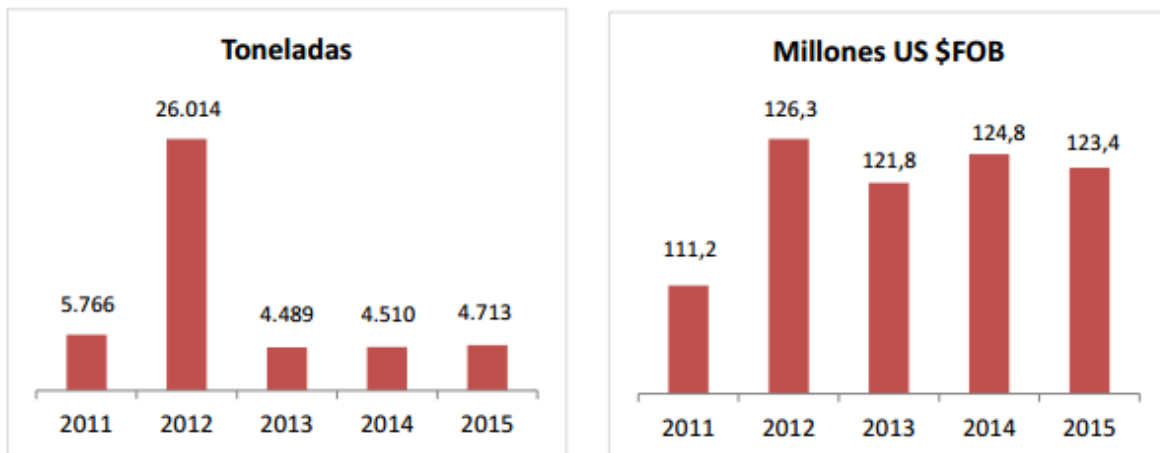
Otra opción es desde el puerto de santa marta hacia callao con conexiones en dos puertos siendo balboa (Panamá) y manzanillo (Panamá) es de 17 días.

Entre las navieras que prestan servicio hacia Perú se encuentran Hapag-Lloyd, Maersk, Transtainer, Hamburg Süd, Ccni, CMA CGM, PIL.

Fuente: Líneas marítimas procesadas por pro Colombia

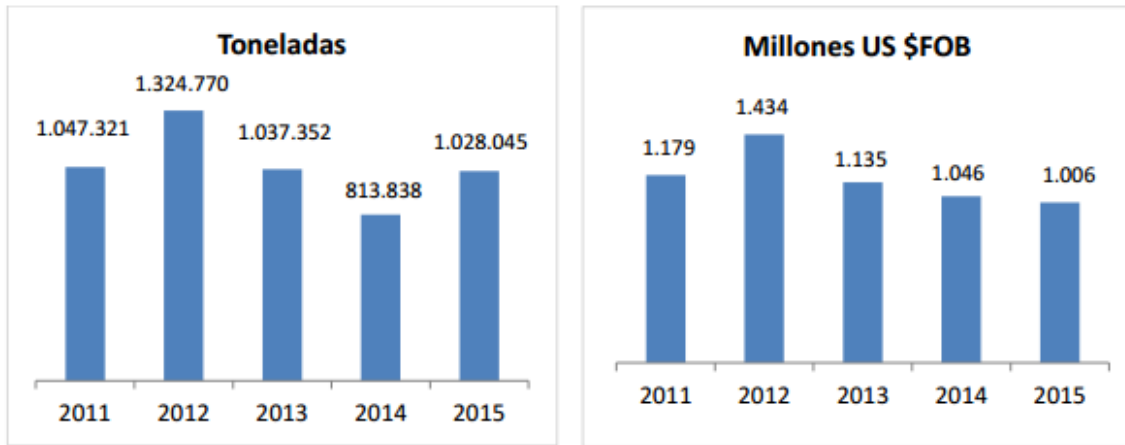
Por el medio de transporte aéreo prestan servicio de carga se encuentran Avianca cargo con servicio solo los domingos, centurión cargo tienen servicio solo de lunes a sábados, Martinair o copa Airlines

### AÉREO



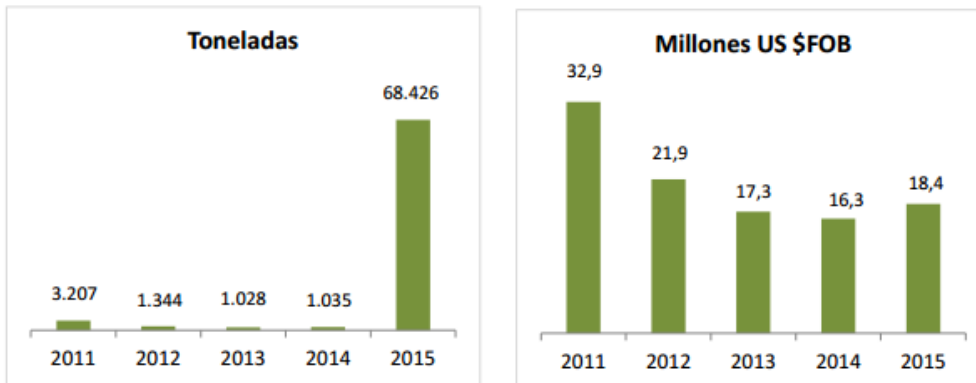
**Figura 3:** Exportaciones hacia Perú vía aérea

## MARÍTIMO



**Figura 4:** Exportaciones hacia Perú vía marítima

## TERRESTRE



Fuente: DANE. MinCIT – 2016

**Figura 5:** Exportaciones hacia Perú vía terrestre

## CAPITULO V ANÁLISIS TÉCNICO

### 5.1 Descripción del proceso de comercialización

#### FLUJOGRAMA PROCESO DE COMPRA



**Figura 6:** Flujograma proceso de compra



**Figura 7:** Flujo grama proceso de venta

## 5.2 Capacidad de comercialización

La capacidad de la empresa a la hora de comercializar, depende de la producción del proveedor local, y de la demanda en el país al que se va exportar.

Perú es uno de los países que se destaca, por su crecimiento acelerado y un incremento en el poder adquisitivo de sus ciudadanos. En esa misma línea, los peruanos vienen buscando productos en calzado de mejor calidad y más variados, por los cuales están dispuestos a pagar un precio más alto por el producto que desean. Este crecimiento en ventas de calzado en Perú se debe también a las construcciones de más centros comerciales en los últimos años. (Procolombia, 2016)

Dadas estas condiciones el objetivo para el primer año para la comercialización es de 1800 pares anuales, pero si la demanda aumenta poseemos la capacidad de abastecer dicha demanda.

### 5.3 Plan de comercialización

El funcionamiento de la empresa será de 12 meses con un porcentaje en provisión para cambios del 6% para un total de 1908 pares de calzado.

producto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7
Calzado para dama	110	120	124	130	136	140	145
Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12			
160	170	200	223	250			

**Tabla 8:** Plan de comercialización.

La idea de exportación sería un envío semestral de 954 pares para reducir costos en el flete y así entrar con un precio más competitivo al mercado peruano, y tener una mejor utilidad

### 5.4 Recursos materiales y humanos para la producción

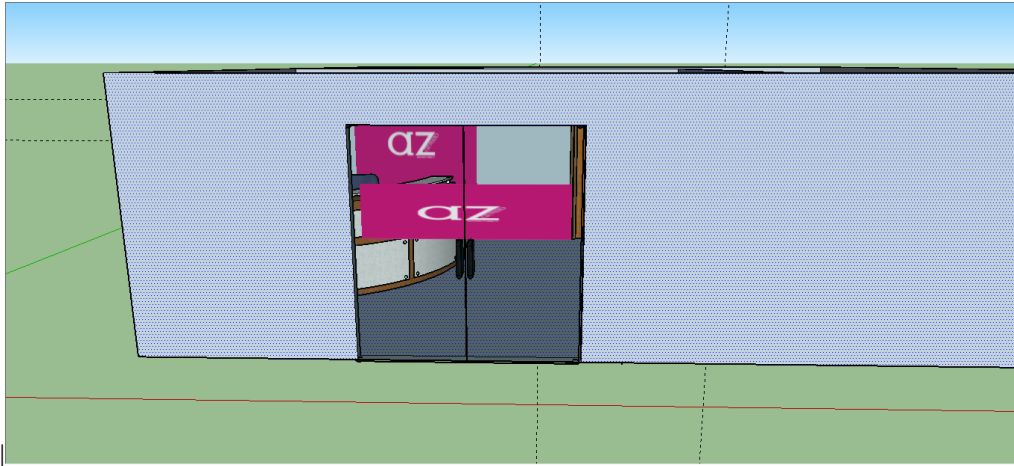
NOMBRE	CANTIDAD	VALOR	FACTOR PRESTACIONA L 52%	TOTAL
GERENTE DE COMERCIO INTERNACIONAL	1	\$1.200.000	\$624.000	\$1.824.000
ASISTENTE	1	\$689.454	\$358.516	\$1.047.970
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>			<b>\$ 2.871.970</b>

**Tabla 9:** Personal para el comercio internacional.

#### 5.4.1 Locaciones

La oficina será arrendada en la ciudad de Medellín, Colombia.

Donde estará el equipo de trabajo y una sala de espera con nuestra secretaria. El objetivo de tenerla en Colombia el objetivo de tenerla en Medellín primero aprovechar al máximo la buena calidad del cuero que poseen en Medellín, los bajos costos de arriendos, comparados con otras ciudades por ejemplo de la costa.





**Figura 8:** Locaciones

Para la oficina necesitaremos escritorios para cada uno de los socios de la compañía, con sus respectivos asientos, con su computador y teléfono. Asientos para los clientes, tanto como en la oficina como en la sala de espera, un pequeño cuadro de decoración, necesitaremos utensilios de cocina como una pequeña nevera, como una cafetera, y para la seguridad tendremos dos extintores en caso de algún incendio.



#### 5.4.2 Requerimientos de maquinaria, equipos, muebles y enseres

<b>MUEBLES Y ENSERES ADMINISTRACIÓN</b>			
<b>NOMBRE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR</b>	<b>TOTAL</b>
ESCRITORIOS	4	\$1.500.000	\$6.000.000
SILLAS ERGONÓMICAS	4	\$80.000	\$320.000
SILLAS AUXILIARES	3	\$45.000	\$135.000
NEVERA PEQUEÑA	1	\$80.000	\$80.000
EXTINTORES	2	\$80.000	\$160.000
TELÉFONOS	4	\$50.000	\$200.000
ESTANTERÍA DE MUESTRAS	1	\$180.000	\$180.000
IMPRESORA MULTIUSOS	1	\$220.000	\$220.000
SOFTWARE ADMINISTRATIVO	1	\$1.600.000	\$1.600.000
PORTÁTIL	4	\$1.500.000	\$6.000.000
CAFETERA	1	\$90.000	\$90.000
SOFÁ	1	\$270.000	\$270.000
<b>TOTAL MUEBLES ENSERES</b>			<b>\$15.255.000</b>

**Tabla 10:** Muebles y enseres.

## CAPITULO VI. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

### 6.1.1 Estructura Organizacional del Negocio



**Figura 9:** Estructura organizacional

#### **Gerente de comercio exterior:**

Identificar las oportunidades que se pueden presentar, llevando a cabo estudios de mercado. Preparar y administrar el presupuesto para la exportación, es el responsable de la planificación y desarrollo de las estrategias comerciales

#### **Asistente de comercio exterior:**

Seleccionar proveedores potenciales y actuales se acuerdo con los requisitos exigidos por la empresa. Colabora con el proceso de ventas estableciendo y controlando los objetivos de la empresa.

#### **Director de gestión administrativa:**

Generar soluciones de información teniendo en cuenta los requerimientos de la unidad administrativa y los recursos tecnológicos de oficina disponibles.

**Auxiliar:**

Elaboración, mantenimiento y actualización de ficheros y archivos. Apoya al administrativo a la gestión y seguimiento del Área.

**Community manager:**

Encargado de las redes sociales y de actualizar la página web de la empresa cada vez que sea necesario.

**Contador:**

Es el encargado de llevar la contabilidad y finanzas de la compañía.

**Director de marca visual merchadising:**

Encargado de la imagen del producto, para que sea más llamativo para el consumidor final y una mejor gestión del producto.

**6.1.2 Requerimientos de personal**

<b>NOMBRE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR</b>	<b>FACTOR PRESTACIONAL 52%</b>	<b>TOTAL</b>
GERENTE DE COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL	1	\$1.200.000	\$624.000	\$1.824.000
ASISTENTE	1	\$689.454	\$358.516	\$1.047.970
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>			<b>\$ 2.871.970</b>

**Tabla 11:** Personal de comercialización internacional.

### 6.1.3 Costos Personal y Procesos Administrativos Tercerizados

<b>MANO DE OBRA ADMINISTRATIVA</b>				
<b>NOMBRE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR</b>	<b>FACTOR PRESTACIONAL 52%</b>	<b>TOTAL Mes</b>
DIRECTOR DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA	1	\$800.000	\$416.000	\$1.216.000
AUXILIAR ADMINISTRATIVO	1	\$515.000	\$267.800	\$782.800
VENDEDORA PUNTO DE VENTA	1	\$515.000	\$267.800	\$782.800
DIRECTOR DE MARCA- VISUAL MERCHANDISING	1	\$515.000	\$267.800	\$782.800
CONTADOR PUBLICO - PRESTACIÓN DE SERVICIOS	1	\$700.000		\$700.000
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>			<b>\$4.264.400</b>

**Tabla 12:** Personal administrativo.

### 6.2.1 Requerimientos de maquinaria, equipos, software muebles y enseres

<b>MUEBLES Y ENSERES ADMINISTRACIÓN</b>			
<b>NOMBRE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR</b>	<b>TOTAL</b>
ESCRITORIOS	4	\$1.500.000	\$6.000.000
SILLAS ERGONÓMICAS	4	\$80.000	\$320.000
SILLAS AUXILIARES	3	\$45.000	\$135.000
NEVERA PEQUEÑA	1	\$80.000	\$80.000
EXTINTORES	2	\$80.000	\$160.000
TELÉFONOS	4	\$50.000	\$200.000
ESTANTERÍA DE MUESTRAS	1	\$180.000	\$180.000
IMPRESORA MULTIUSOS	1	\$220.000	\$220.000
SOFTWARE ADMINISTRATIVO	1	\$1.600.000	\$1.600.000
PORTÁTIL	4	\$1.500.000	\$6.000.000
CAFETERA	1	\$90.000	\$90.000
SOFÁ	1	\$270.000	\$270.000
<b>TOTAL MUEBLES ENSERES</b>			<b>\$15.255.000</b>

### 6.2.3 Requerimientos de materiales e insumos por área

<b>c</b>		
<b>NOMBRE DEL SUMINISTRO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR MES</b>
SUMINISTROS DE OFICINA	10	\$25.000
SUMINISTROS DE ASEO Y CAFETERÍA	10	\$20.000
PAPELERÍA	10	\$25.000
<b>TOTAL IMPLEMENTOS</b>	<b>30</b>	<b>\$70.000</b>

**Tabla 13:** suministros de oficina.

### 6.2.4 Requerimientos de servicios por área

<b>NOMBRE</b>	<b>VALOR</b>	<b>TOTAL 1er año</b>
Arriendo sede principal	\$1.100.000	\$13.200.000
Servicios públicos	\$370.000	\$4.440.000
Seguros	\$1.200.000	\$1.200.000
Gastos de constitución	\$251.500	\$251.500
Bomberos	\$80.000	\$80.000
Registro de marcas	\$1.600.000	\$1.600.000
Hosting y dominio sitio web	\$250.000	\$250.000
Participación en ferias nacionales e internacionales	\$8.500.000	\$8.500.000
Publicidad y promoción	\$2.080.000	\$2.080.000
Teléfono e Internet	\$125.000	\$1.500.000
<b>TOTAL OTROS GASTOS</b>		<b>\$29.101.500</b>

**Tabla 14:** Requerimientos de servicios por área.

## CAPITULO VII. ANÁLISIS LEGAL

### 7.1 Tipo de Organización empresarial

#### SAS.

La empresa Arezzo será constituida como AREZZO S.A.S ya que nos beneficiamos porque podemos crear un documento privado, lo cual nos ahorraría tiempo y dinero, la responsabilidad de cada uno de los socios se limita a sus aportes. Mayor facilidad en la operación y administración.

La empresa reduce costos, ya que no tiene que hacer reformas estatutarias cada vez que el término de duración societaria esté próximo a caducar.

### 7.2. Certificaciones y gestiones ante entidades públicas

Paso1.Trámite ante la DIAN: inscripción en el Registro Único Tributario y posterior asignación del Número de Identificación Tributaria, NIT.

Paso2. Inscripción en el Registro Público Mercantil.

Paso3. Matricula industria y comercio municipal.

Paso4. Informar a la oficina de planeación correspondiente el inicio de las actividades.

DESCRIPCIÓN	ENTIDAD	VALOR
Constitución de Sociedad	Cámara de comercio	\$34.000
Impuesto de registro (Con cuantía)	Cámara de comercio	\$70.000
Matricula persona jurídica	Cámara de comercio	\$131.000
Formulario de registro mercantil	Cámara de comercio	\$4.500
Inscripción de los libros	Cámara de comercio	\$12.000
	<b>TOTAL</b>	<b>\$251.500</b>

**Tabla 15:** Costos de certificaciones.

## CAPITULO VIII. ANÁLISIS FINANCIERO

### 8.1 Tasas Interés, Impuestos, Tasas de Rentabilidad

El crecimiento del calzado de cuero a pesar de las variaciones en los últimos años, teniendo en cuenta el contrabando, competencias desleales y la falta de inversión de tecnología en este 2015 las tasas de crecimiento vienen siendo beneficiarios para los que pertenecen a este sector. (dinero)

El sector de calzado represento el 14,5 de la industria del país en productos de cuero, marroquinería y calzado. (tiempo)

En la actualidad un tasa libre de riesgo que de una rentabilidad segura se encuentran los CDT

La tasa de rentabilidad como inversionista es de 15%

Impuesto sobre la Renta 25% y el CREE 8%

El margen de contribución sobre el costo unitario del producto es del 62.17%

### 8.2. Aportes de Capital de los Socios

Estructura de Capital	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capital Socios	8.000.000	8.000.000	8.000.000	8.000.000	8.000.000	8.000.000
Obligaciones Fondo Emprender	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000

**Tabla 16:** Capital de los socios.

La estructura del capital estará dividida por 8.000.000 que aportaran los socios de la empresa, y el resto del capital que para la constitución de la compañía será por parte de un crédito del banco

### 8.3 Créditos y Préstamos Bancario

El crédito lo vamos a solicitar mediante el **BANCO DE LAS OPORTUNIDADES**, es un banco que apoya las iniciativas empresariales, mediante pequeños créditos a personas emprendedoras o a empresarios que vivan en Medellín o en sus corregimientos, inyectando un capital. Una gran

ventaja por el que se accedió a tomar este banco es que tiene bajos intereses y son solicitados pocos requisitos.

Necesitaremos un total de 38.000.000\$, los cuales serán financiados 30.000.000\$ y resto será el aporte hecho por los socios.

La tasa de interés será del 11% con un plazo de préstamo a 36 meses.

Amortización para Pago

Mensual: **\$982,161.51** sobre 36 meses

Mes	Intereses a pagar	Abono a capital	Saldo Obligación
1	\$275,000.00	\$707,161.51	\$29,292,838.49
2	\$268,517.69	\$713,643.83	\$28,579,194.66
3	\$261,975.95	\$720,185.56	\$27,859,009.10
4	\$255,374.25	\$726,787.26	\$27,132,221.83
5	\$248,712.03	\$733,449.48	\$26,398,772.35
6	\$241,988.75	\$740,172.77	\$25,658,599.59
7	\$235,203.83	\$746,957.68	\$24,911,641.90
8	\$228,356.72	\$753,804.80	\$24,157,837.11
9	\$221,446.84	\$760,714.67	\$23,397,122.43
10	\$214,473.62	\$767,687.89	\$22,629,434.54
11	\$207,436.48	\$774,725.03	\$21,854,709.51
12	\$200,334.84	\$781,826.68	\$21,072,882.84
<b>Totales para el año 1</b>			
	Usted pagará \$11,785,938.16 por su obligación en el año 1 \$2,858,821.00 se irán a INTERESES \$8,927,117.16 se abonara a la OBLIGACIÓN		



Mes	Intereses a pagar	Abono a capital	Saldo Obligación
13	\$193,168.09	\$788,993.42	\$20,283,889.41
14	\$185,935.65	\$796,225.86	\$19,487,663.55
15	\$178,636.92	\$803,524.60	\$18,684,138.96
16	\$171,271.27	\$810,890.24	\$17,873,248.72
17	\$163,838.11	\$818,323.40	\$17,054,925.32
18	\$156,336.82	\$825,824.70	\$16,229,100.62
19	\$148,766.76	\$833,394.76	\$15,395,705.86
20	\$141,127.30	\$841,034.21	\$14,554,671.65
21	\$133,417.82	\$848,743.69	\$13,705,927.96
22	\$125,637.67	\$856,523.84	\$12,849,404.12
23	\$117,786.20	\$864,375.31	\$11,985,028.81
24	\$109,862.76	\$872,298.75	\$11,112,730.06
<b>Totales para el año 2</b>			
	Usted pagará \$11,785,938.16 por su obligación en el año 2 \$1,825,785.39 se irán a INTERESES \$9,960,152.77 se abonara a la OBLIGACIÓN		

Mes	Intereses a pagar	Abono a capital	Saldo Obligación
25	\$101,866.69	\$880,294.82	\$10,232,435.24
26	\$93,797.32	\$888,364.19	\$9,344,071.05
27	\$85,653.98	\$896,507.53	\$8,447,563.52
28	\$77,436.00	\$904,725.51	\$7,542,838.01
29	\$69,142.68	\$913,018.83	\$6,629,819.17
30	\$60,773.34	\$921,388.17	\$5,708,431.00
31	\$52,327.28	\$929,834.23	\$4,778,596.77
32	\$43,803.80	\$938,357.71	\$3,840,239.06
33	\$35,202.19	\$946,959.32	\$2,893,279.74
34	\$26,521.73	\$955,639.78	\$1,937,639.96
35	\$17,761.70	\$964,399.81	\$973,240.15
36	\$8,921.37	\$973,240.15	\$0.00
<b>Totales para el año 3</b>			
	Usted pagará \$11,785,938.16 por su obligación en el año 3 \$673,208.10 se irán a INTERESES \$11,112,730.06 se abonara a la OBLIGACIÓN		

**Tabla 17:** Tabla de amortización.

## 8.4 Precios de los Productos

El precio final del calzado de cuero es de 154.000 mil pesos teniendo en cuenta los gastos de exportación, publicidad en redes sociales también tendremos en cuenta los salarios administrativos, como también lo de comercio y comercialización internacional.

Precio Por Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio Calzado	154.000	161.700	169.785	178.274	187.188

**Tabla 18:** precio de los productos

## 8.5 Ingresos y Egresos

### 8.5.1 Ingresos

Total Ventas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio Promedio	154.000,0	161.700,0	169.785,0	178.274,3	187.188,0
Ventas	1.800	1.890	1.985	2.084	2.188
Ventas	277.200.000	305.613.000	336.938.333	371.474.512	409.550.649

**Tabla 19:** ingresos

### 8.5.2 Egresos

#### 8.5.2.1 Inversiones

**Las Inversiones en Activos Fijos.**

Inversiones (Inicio Período)	
Muebles y Enseres	15.255.000
Equipos de Oficina	8.400.000

**Tabla 20:** inversiones

### Gastos pre operativos

DESCRIPCIÓN	ENTIDAD	VALOR
Constitución de Sociedad	Cámara de comercio	\$34.000
Impuesto de registro (Con cuantía)	Cámara de comercio	\$70.000
Matricula persona jurídica	Cámara de comercio	\$131.000
Formulario de registro mercantil	Cámara de comercio	\$4.500
Inscripción de los libros	Cámara de comercio	\$12.000
	<b>TOTAL</b>	<b>\$251.500</b>

Tabla 21: gastos pre operativos

### Capital de trabajo

Este capital de trabajo está estimado para los 3 primeros meses de la empresa, en el cual no entraran ingresos por la venta de calzado.

Arriendo sede principal	\$ 1.100.000
Servicios públicos	\$ 370.000
Seguros	\$ 1.200.000
Publicidad y promoción	\$ 2.080.000
Teléfono e Internet	\$ 125.000
Director de la gestión administrativa	\$ 1.216.000
Contador publico	\$ 700.000
Muestras	\$ 275.000
<b>Total</b>	<b>\$ 16.788.000</b>

Tabla 22: capital de trabajo

### 8.5.2.2 Costos Fijos y Variables

<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
<b>Arriendo</b>	<b>1.100.000</b>	<b>13.200.000</b>
<b>Servicios</b>	<b>495.000</b>	<b>5.940.000</b>
<b>Nomina</b>	<b>10.008.340</b>	<b>120.100.080</b>
<b>Suministros de oficina seguros</b>	<b>700.000</b>	<b>8.400.000</b>
<b>Hosting y dominio sitio web</b>		<b>250.000</b>

**Tabla 23:** Costos fijos y variables.

<b>COSTO VARIABLE</b>
<b>Proveedor</b>
<b>Flete nacional e internacional</b>

**Tabla 24:** Costo variable.

### 8.5.3 Estados Financieros

#### 8.5.3.1 Estado de Perdida y Ganancias

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>					
Ventas	277.200.000	305.613.000	336.938.333	371.474.512	409.550.649
Materia Prima, Mano de Obra	99.000.000	109.147.500	120.335.119	132.669.468	146.268.089
Depreciación	5.851.000	5.851.000	5.851.000	3.051.000	3.051.000
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>172.349.000</b>	<b>190.614.500</b>	<b>210.752.214</b>	<b>235.754.043</b>	<b>260.231.560</b>
Gasto de Ventas	33.440.000	35.112.000	36.867.600	38.710.980	40.646.529
Gastos de Administración	134.235.060	140.946.813	147.994.154	155.393.861	163.163.554
Provisiones	13.860.000	1.420.650	1.566.267	1.726.809	1.903.807
Amortización Gastos	2.808.900	2.808.900	2.808.900	2.808.900	0
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>-11.994.960</b>	<b>10.326.137</b>	<b>21.515.293</b>	<b>37.113.493</b>	<b>54.517.670</b>
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>-11.994.960</b>	<b>10.326.137</b>	<b>21.515.293</b>	<b>37.113.493</b>	<b>54.517.670</b>
Impuestos (35%)	79.200	3.407.625	7.100.047	12.247.453	17.990.831
<b>Utilidad Neta Final</b>	<b>-12.074.160</b>	<b>6.918.512</b>	<b>14.415.247</b>	<b>24.866.040</b>	<b>36.526.839</b>

**Tabla 25:** Estado de resultados.

### 8.5.3.2 Flujo de Caja y VPN

	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>FLUJO DE CAJA</b>						
<b>Flujo de Caja Operativo</b>						
Utilidad Operacional		-				
Depreciaciones		11.994.960	10.326.137	21.515.293	37.113.493	54.517.670
Amortización Gastos		5.851.000	5.851.000	5.851.000	3.051.000	3.051.000
Provisiones		2.808.900	2.808.900	2.808.900	2.808.900	0
Impuestos		13.860.000	1.420.650	1.566.267	1.726.809	1.903.807
<b>Neto Flujo de Caja Operativo</b>		<b>10.524.940</b>	<b>20.327.487</b>	<b>28.333.835</b>	<b>37.600.155</b>	<b>47.225.024</b>
<b>Flujo de Caja Inversión</b>						
Variación Cuentas por Cobrar		-				
Variación del Capital de Trabajo	0	23.100.000	-2.367.750	-2.610.444	-2.878.015	-3.173.011
Inversión en Muebles	-	15.255.000	0	0	0	0
Inversión en Equipos de Oficina	-	8.400.000	0	0	0	0
Inversión Activos Fijos	-	23.655.000	0	0	0	0
<b>Neto Flujo de Caja Inversión</b>	<b>-</b>	<b>23.655.000</b>	<b>23.100.000</b>	<b>-2.367.750</b>	<b>-2.610.444</b>	<b>-2.878.015</b>
<b>Flujo de Caja Financiamiento</b>						
Desembolsos Fondo Emprender	30.000.000					
Capital	8.000.000	0	0	0	0	0
<b>Neto Flujo de Caja Financiamiento</b>	<b>38.000.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Neto Periodo</b>	<b>14.345.000</b>	<b>-</b>	<b>12.575.060</b>	<b>17.959.737</b>	<b>25.723.391</b>	<b>34.722.140</b>
<b>Saldo anterior</b>		<b>3.109.400</b>	<b>-9.465.660</b>	<b>8.494.077</b>	<b>34.217.468</b>	<b>68.939.608</b>
<b>Saldo siguiente</b>	<b>14.345.000</b>	<b>-9.465.660</b>	<b>8.494.077</b>	<b>34.217.468</b>	<b>68.939.608</b>	<b>112.991.620</b>

Tabla 26: Flujo de caja.

### 8.5.3.3 Balance general

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>BALANCE GENERAL</b>						
<b>Activo</b>						
Efectivo	3.109.400	-9.465.660	8.494.077	34.217.468	68.939.608	112.991.620
Cuentas X Cobrar	0	23.100.000	25.467.750	28.078.194	30.956.209	34.129.221
Provisión Cuentas por Cobrar		-	-	-	-	-
		13.860.000	15.280.650	16.846.917	18.573.726	-20.477.532
Gastos Anticipados	14.044.500	14.044.500	14.044.500	14.044.500	14.044.500	14.044.500
Amortización Acumulada	-2.808.900	-5.617.800	-8.426.700	-	-	-
				11.235.600	14.044.500	-14.044.500
Gastos Anticipados	11.235.600	8.426.700	5.617.800	2.808.900	0	0
<b>Total Activo Corriente:</b>	<b>14.345.000</b>	<b>8.201.040</b>	<b>24.298.977</b>	<b>48.257.645</b>	<b>81.322.091</b>	<b>126.643.308</b>
Muebles y Enseres	15.255.000	15.255.000	15.255.000	15.255.000	15.255.000	15.255.000
Depreciación Acumulada		-3.051.000	-6.102.000	-9.153.000	-	-
					12.204.000	-15.255.000
Muebles y Enseres	15.255.000	12.204.000	9.153.000	6.102.000	3.051.000	0
Equipo de Oficina	8.400.000	8.400.000	8.400.000	8.400.000	8.400.000	8.400.000
Depreciación Acumulada		-2.800.000	-5.600.000	-8.400.000	-8.400.000	-8.400.000
Equipo de Oficina	8.400.000	5.600.000	2.800.000	0	0	0
<b>Total Activos Fijos:</b>	<b>23.655.000</b>	<b>17.804.000</b>	<b>11.953.000</b>	<b>6.102.000</b>	<b>3.051.000</b>	<b>0</b>
<b>ACTIVO</b>	<b>38.000.000</b>	<b>26.005.040</b>	<b>36.251.977</b>	<b>54.359.645</b>	<b>84.373.091</b>	<b>126.643.308</b>
Impuestos X Pagar	0	79.200	3.407.625	7.100.047	12.247.453	17.990.831
Obligacion Fondo Emprender (Contingente)	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000
<b>PASIVO</b>	<b>30.000.000</b>	<b>30.079.200</b>	<b>33.407.625</b>	<b>37.100.047</b>	<b>42.247.453</b>	<b>47.990.831</b>
<b>Patrimonio</b>						
Capital Social	8.000.000	8.000.000	8.000.000	8.000.000	8.000.000	8.000.000
Reserva Legal Acumulada	0	0	0	691.851	2.133.376	4.000.000
Utilidades Retenidas	0	0	-	-	-	-
			12.074.160	-5.847.499	7.126.223	30.125.639
Utilidades del Ejercicio	0	-	-	-	-	-
		12.074.160	6.918.512	14.415.247	24.866.040	36.526.839
<b>PATRIMONIO</b>	<b>8.000.000</b>	<b>-4.074.160</b>	<b>2.844.352</b>	<b>17.259.598</b>	<b>42.125.639</b>	<b>78.652.477</b>
<b>PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>38.000.000</b>	<b>26.005.040</b>	<b>36.251.977</b>	<b>54.359.645</b>	<b>84.373.091</b>	<b>126.643.308</b>

Tabla 27: Balance general.

#### 8.5.3.4 Indicadores

<b>Criterios de Decisión</b>	
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	15%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	28,92%
VAN (Valor actual neto)	23.312.986
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	1,73
Duración de la etapa improductiva del negocio ( fase de implementación).en meses	3 mes
Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprender. ( AFE/AT)	78,95%
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio ( Indique el mes )	0 mes
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio ( Indique el mes )	24 mes

**Tabla 28:** Indicadores.

## 8.5.4 Estados Financieros Proyectados y Analisis de Sensibilidad

### 8.5.4.2 Estado de Perdida y Ganancias Proyectado

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>					
Ventas	260.568.000	287.276.220	316.722.033	349.186.041	384.977.610
Materia Prima, Mano de Obra	99.000.000	109.147.500	120.335.119	132.669.468	146.268.089
Depreciación	5.851.000	5.851.000	5.851.000	3.051.000	3.051.000
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>155.717.000</b>	<b>172.277.720</b>	<b>190.535.914</b>	<b>213.465.572</b>	<b>235.658.521</b>
Gasto de Ventas	33.440.000	35.112.000	36.867.600	38.710.980	40.646.529
Gastos de Administración	134.235.060	140.946.813	147.994.154	155.393.861	163.163.554
Provisiones	13.028.400	1.335.411	1.472.291	1.623.200	1.789.578
Amortización Gastos	2.808.900	2.808.900	2.808.900	2.808.900	0
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>27.795.360</b>	<b>-7.925.404</b>	<b>1.392.970</b>	<b>14.928.631</b>	<b>30.058.859</b>
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>27.795.360</b>	<b>-7.925.404</b>	<b>1.392.970</b>	<b>14.928.631</b>	<b>30.058.859</b>
Impuestos (35%)	79.200	0	459.680	4.926.448	9.919.424
<b>Utilidad Neta Final</b>	<b>27.874.560</b>	<b>-7.925.404</b>	<b>933.290</b>	<b>10.002.183</b>	<b>20.139.436</b>

**Tabla 29:** Estado de resultados (proyectados)



### 8.5.4.3 Flujo de Caja Proyectado

	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>FLUJO DE CAJA</b>						
<b>Flujo de Caja Operativo</b>						
Utilidad Operacional		-				
Depreciaciones		27.795.360	-7.925.404	1.392.970	14.928.631	30.058.859
Amortización Gastos		5.851.000	5.851.000	5.851.000	3.051.000	3.051.000
Agotamiento		2.808.900	2.808.900	2.808.900	2.808.900	0
Provisiones		0	0	0	0	0
Impuestos		13.028.400	1.335.411	1.472.291	1.623.200	1.789.578
<b>Neto Flujo de Caja Operativo</b>		<b>-6.107.060</b>	<b>1.990.707</b>	<b>11.525.160</b>	<b>21.952.051</b>	<b>29.972.990</b>
<b>Flujo de Caja Inversión</b>						
Variación Cuentas por Cobrar		-				
Variación del Capital de Trabajo	0	21.714.000	-2.225.685	-2.453.818	-2.705.334	-2.982.631
Inversión en Muebles	-	15.255.000	0	0	0	0
Inversión en Equipos de Oficina	-	8.400.000	0	0	0	0
Inversión Activos Fijos	-	23.655.000	0	0	0	0
<b>Neto Flujo de Caja Inversión</b>	<b>-</b>	<b>23.655.000</b>	<b>21.714.000</b>	<b>-2.225.685</b>	<b>-2.453.818</b>	<b>-2.705.334</b>
<b>Flujo de Caja Financiamiento</b>						
Desembolsos Fondo Emprender	30.000.000					
<b>Neto Flujo de Caja Financiamiento</b>	<b>38.000.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Neto Periodo</b>	<b>14.345.000</b>	<b>-</b>	<b>27.821.060</b>	<b>-234.978</b>	<b>9.071.342</b>	<b>19.246.717</b>
<b>Saldo anterior</b>		<b>3.109.400</b>	<b>-</b>	<b>24.711.660</b>	<b>-</b>	<b>15.875.296</b>
<b>Saldo siguiente</b>	<b>14.345.000</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>3.371.422</b>	<b>30.361.780</b>

Tabla 30: flujo de caja (proyectada)

### 8.5.4.4 Balance general proyectado

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>BALANCE GENERAL</b>						
<b>Activo</b>						
Efectivo	3.109.400	-	-	-	3.371.422	30.361.780
Cuentas X Cobrar	0	21.714.000	23.939.685	26.393.503	29.098.837	32.081.468
Provisión Cuentas por Cobrar		-	-	-	-	-
		13.028.400	14.363.811	15.836.102	17.459.302	19.248.881
Gastos Anticipados	14.044.500	14.044.500	14.044.500	14.044.500	14.044.500	14.044.500
Amortización Acumulada	-2.808.900	-5.617.800	-8.426.700	-	-	-
				11.235.600	14.044.500	14.044.500
Gastos Anticipados	11.235.600	8.426.700	5.617.800	2.808.900	0	0
<b>Total Activo Corriente:</b>	<b>14.345.000</b>	<b>-7.599.360</b>	<b>-9.752.964</b>	<b>-2.508.994</b>	<b>15.010.956</b>	<b>43.194.367</b>
Muebles y Enseres	15.255.000	15.255.000	15.255.000	15.255.000	15.255.000	15.255.000
Depreciación Acumulada		-3.051.000	-6.102.000	-9.153.000	-	-
					12.204.000	15.255.000
Muebles y Enseres	15.255.000	12.204.000	9.153.000	6.102.000	3.051.000	0
Equipo de Oficina	8.400.000	8.400.000	8.400.000	8.400.000	8.400.000	8.400.000
Depreciación Acumulada		-2.800.000	-5.600.000	-8.400.000	-8.400.000	-8.400.000
Equipo de Oficina	8.400.000	5.600.000	2.800.000	0	0	0
<b>Total Activos Fijos:</b>	<b>23.655.000</b>	<b>17.804.000</b>	<b>11.953.000</b>	<b>6.102.000</b>	<b>3.051.000</b>	<b>0</b>
<b>ACTIVO</b>	<b>38.000.000</b>	<b>10.204.640</b>	<b>2.200.036</b>	<b>3.593.006</b>	<b>18.061.956</b>	<b>43.194.367</b>
<b>Pasivo</b>						
Impuestos X Pagar	0	79.200	0	459.680	4.926.448	9.919.424
Obligación Fondo Emprender (Contingente)	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000
<b>PASIVO</b>	<b>30.000.000</b>	<b>30.079.200</b>	<b>30.000.000</b>	<b>30.459.680</b>	<b>34.926.448</b>	<b>39.919.424</b>
<b>Patrimonio</b>						
Capital Social	8.000.000	8.000.000	8.000.000	8.000.000	8.000.000	8.000.000
Reserva Legal Acumulada	0	0	0	0	93.329	1.093.547
Utilidades Retenidas	0	0	-	-	-	-
			27.874.560	35.799.964	34.960.003	25.958.039
Utilidades del Ejercicio	0	-	-	-	-	-
		27.874.560	-7.925.404	933.290	10.002.183	20.139.436
<b>PATRIMONIO</b>	<b>8.000.000</b>	<b>19.874.560</b>	<b>27.799.964</b>	<b>26.866.674</b>	<b>16.864.492</b>	<b>3.274.944</b>
<b>PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>38.000.000</b>	<b>10.204.640</b>	<b>2.200.036</b>	<b>3.593.006</b>	<b>18.061.956</b>	<b>43.194.367</b>

Tabla 31: balance general (proyectado)

#### 8.5.4.5 Indicadores proyectados

Criterios de Decisión	
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	15%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	-4,45%
VAN (Valor actual neto)	-31.981.997
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	6,97
Duración de la etapa improductiva del negocio ( fase de implementación).en meses	3 mes
Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprender. ( AFE/AT)	78,95%
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio ( Indique el mes )	0 mes
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio ( Indique el mes )	24 mes

**Tabla 32: indicadores** (proyectados)

## **8.6 Análisis Sensibilidad**

**PRECIO CALZADO:** La compañía puede soportar hasta una disminución del 4% en el precio de venta, ya que al disminuirle un 5% o 6% la empresa ya estaría entrando en una crisis financiera. Siendo esta variable la más sensible de la compañía

**UNIDADES DE CALZADO:** Disminuyendo los mismos porcentajes en las cantidades a vender, la compañía si puede soportar hasta un 6% en la disminución de las unidades nos afecta pero comparándolo con la variable anterior no están significativo.

**COSTO MATERIA PRIMA:** Arezzo S.A.S puede soportar un aumento en el precio de compra por parte del proveedor hasta de un 6%.

## Trabajos citados

*Bata*. (s.f.). Obtenido de Bata: [www.bata.com.pe](http://www.bata.com.pe)

*Bata* . (s.f.). Obtenido de Bata : [www.bata.com.co](http://www.bata.com.co)

comercio, E. (15 de 04 de 2015). *tecnologia para disminuir la contaminacion . la tecnologia que fabrica calzado industrial ecologico .*

dinero, e. (s.f.). *el dinero*. Obtenido de

<http://www.eltiempo.com/economia/sectores/proyeccion-del-sector-textil-de-colombia-para-2015/15162788>

el comercio peru. (05 de Agosto de 2015). PayU: el comercio electrónico moverá US\$1.300 millones este año.

*Gestion* . (12 de 4 de 2016). Obtenido de *Gestion* : <http://gestion.pe/economia/fmi-eleva-37-su-proyeccion-crecimiento-economico-peru-2016-2158285>

*Platanitos* . (s.f.). Obtenido de *Platanitos* : <http://platanitos.com/nuestras-tiendas>

Portafolio. (02 de 02 de 2015). sector calzado en colombia. *Portolio*.

*procolombia* . (s.f.). Obtenido de *procolombia* .

*Procolombia* . (s.f.). Obtenido de *procolombia* .

*procolombia* . (26 de 04 de 2016). Obtenido de *procolombia* : [www.colombiatrader.com.co](http://www.colombiatrader.com.co)

*Procolombia*. (31 de marzo de 2016). *Legiscomex*. Obtenido de

<http://www.legiscomex.com/BancoConocimiento/C/calzado-colombiano-posicionarse-mercado-peruano-poder-adquisitivo-consumidores-mar-31-16-8not/calzado-colombiano-posicionarse-mercado-peruano-poder-adquisitivo-consumidores-mar-31-16-8not.asp?CodSeccion=190>

Revista dinero. (2 de 9 de 2014). *Dinero*. Obtenido de *Dinero*:

<http://www.dinero.com/economia/articulo/oportunidades-alianza-pacifico/191792>

tiempo, e. (s.f.). *el tiempo*. Obtenido de <http://www.eltiempo.com/bogota/sector-de-la-confeccion-y-el-calzado-en-colombia/16594997>

*Trade Comex*. (s.f.). Obtenido de *Trade Comex*:

<http://trade.nosis.com/es/Comex/Importacion-Exportacion/Peru/calzado-polainas-y-articulos-analogos-partes-de-estos-articulos/PE/64>

*Trade Comex* . (s.f.). Obtenido de *Trade Comex*:

<http://trade.nosis.com/es/Comex/Importacion-Exportacion/Peru/calzado-polainas-y-articulos-analogos-partes-de-estos-articulos/PE/64>

Pro Colombia (2016), Perfil de Logística desde Colombia a Perú, tomado de: [colombiatrader.com.co](http://colombiatrader.com.co).

## Trabajos citados

*Bata*. (s.f.). Obtenido de Bata: [www.bata.com.pe](http://www.bata.com.pe)

*Bata* . (s.f.). Obtenido de Bata : [www.bata.com.co](http://www.bata.com.co)

comercio, E. (15 de 04 de 2015). *tecnologia para disminuir la contaminacion . la tecnologia que fabrica calzado industrial ecologico .*

dinero, e. (s.f.). *el dinero*. Obtenido de <http://www.eltiempo.com/economia/sectores/proyeccion-del-sector-textil-de-colombia-para-2015/15162788>

el comercio peru. (05 de Agosto de 2015). PayU: el comercio electrónico moverá US\$1.300 millones este año.

*Gestion* . (12 de 4 de 2016). Obtenido de *Gestion* : <http://gestion.pe/economia/fmi-eleva-37-su-proyeccion-crecimiento-economico-peru-2016-2158285>

*Platanitos* . (s.f.). Obtenido de *Platanitos* : <http://platanitos.com/nuestras-tiendas>

Portafolio. (02 de 02 de 2015). sector calzado en colombia. *Portolio*.

*procolombia* . (s.f.). Obtenido de *procolombia* .

*Procolombia* . (s.f.). Obtenido de *procolombia* .

*procolombia* . (26 de 04 de 2016). Obtenido de *procolombia* : [www.colombiatrade.com.co](http://www.colombiatrade.com.co)

*Procolombia*. (31 de marzo de 2016). *Legiscomex*. Obtenido de <http://www.legiscomex.com/BancoConocimiento/C/calzado-colombiano-posicionarse-mercado-peruano-poder-adquisitivo-consumidores-mar-31-16-8not/calzado-colombiano-posicionarse-mercado-peruano-poder-adquisitivo-consumidores-mar-31-16-8not.asp?CodSeccion=190>

Revista dinero. (2 de 9 de 2014). *Dinero*. Obtenido de *Dinero*: <http://www.dinero.com/economia/articulo/oportunidades-alianza-pacifico/191792>

tiempo, e. (s.f.). *el tiempo*. Obtenido de <http://www.eltiempo.com/bogota/sector-de-la-confeccion-y-el-calzado-en-colombia/16594997>

*Trade Comex*. (s.f.). Obtenido de *Trade Comex*: <http://trade.nosis.com/es/Comex/Importacion-Exportacion/Peru/calzado-polainas-y-articulos-analogos-partes-de-estos-articulos/PE/64>

*Trade Comex* . (s.f.). Obtenido de *Trade Comex*: <http://trade.nosis.com/es/Comex/Importacion-Exportacion/Peru/calzado-polainas-y-articulos-analogos-partes-de-estos-articulos/PE/64>

## Trabajos citados

*Bata*. (s.f.). Obtenido de *Bata*: [www.bata.com.pe](http://www.bata.com.pe)

*Bata* . (s.f.). Obtenido de *Bata* : [www.bata.com.co](http://www.bata.com.co)

comercio, E. (15 de 04 de 2015). tecnología para disminuir la contaminación . *la tecnología que fabrica calzado industrial ecológico* .

dinero, e. (s.f.). *el dinero*. Obtenido de <http://www.eltiempo.com/economia/sectores/proyeccion-del-sector-textil-de-colombia-para-2015/15162788>

el comercio peru. (05 de Agosto de 2015). PayU: el comercio electrónico moverá US\$1.300 millones este año.

*Gestion* . (12 de 4 de 2016). Obtenido de *Gestion* : <http://gestion.pe/economia/fmi-eleva-37-su-proyeccion-crecimiento-economico-peru-2016-2158285>

*Platanitos* . (s.f.). Obtenido de *Platanitos* : <http://platanitos.com/nuestras-tiendas>

Portafolio. (02 de 02 de 2015). sector calzado en colombia. *Portolio*.

*procolombia* . (s.f.). Obtenido de *procolombia* .

*Procolombia* . (s.f.). Obtenido de procolombia .  
*procolombia* . (26 de 04 de 2016). Obtenido de procolombia : [www.colombiatrade.com.co](http://www.colombiatrade.com.co)  
*Procolombia*. (31 de marzo de 2016). *Legiscomex*. Obtenido de  
<http://www.legiscomex.com/BancoConocimiento/C/calzado-colombiano-posicionarse-mercado-peruano-poder-adquisitivo-consumidores-mar-31-16-8not/calzado-colombiano-posicionarse-mercado-peruano-poder-adquisitivo-consumidores-mar-31-16-8not.asp?CodSeccion=190>  
*Revista dinero*. (2 de 9 de 2014). *Dinero*. Obtenido de Dinero:  
<http://www.dinero.com/economia/articulo/oportunidades-alianza-pacifico/191792>  
*tiempo, e*. (s.f.). *el tiempo*. Obtenido de <http://www.eltiempo.com/bogota/sector-de-la-confeccion-y-el-calzado-en-colombia/16594997>  
*Trade Comex*. (s.f.). Obtenido de Trade Comex:  
<http://trade.nosis.com/es/Comex/Importacion-Exportacion/Peru/calzado-polainas-y-articulos-analogos-partes-de-estos-articulos/PE/64>  
*Trade Comex* . (s.f.). Obtenido de Trade Comex:  
<http://trade.nosis.com/es/Comex/Importacion-Exportacion/Peru/calzado-polainas-y-articulos-analogos-partes-de-estos-articulos/PE/64>