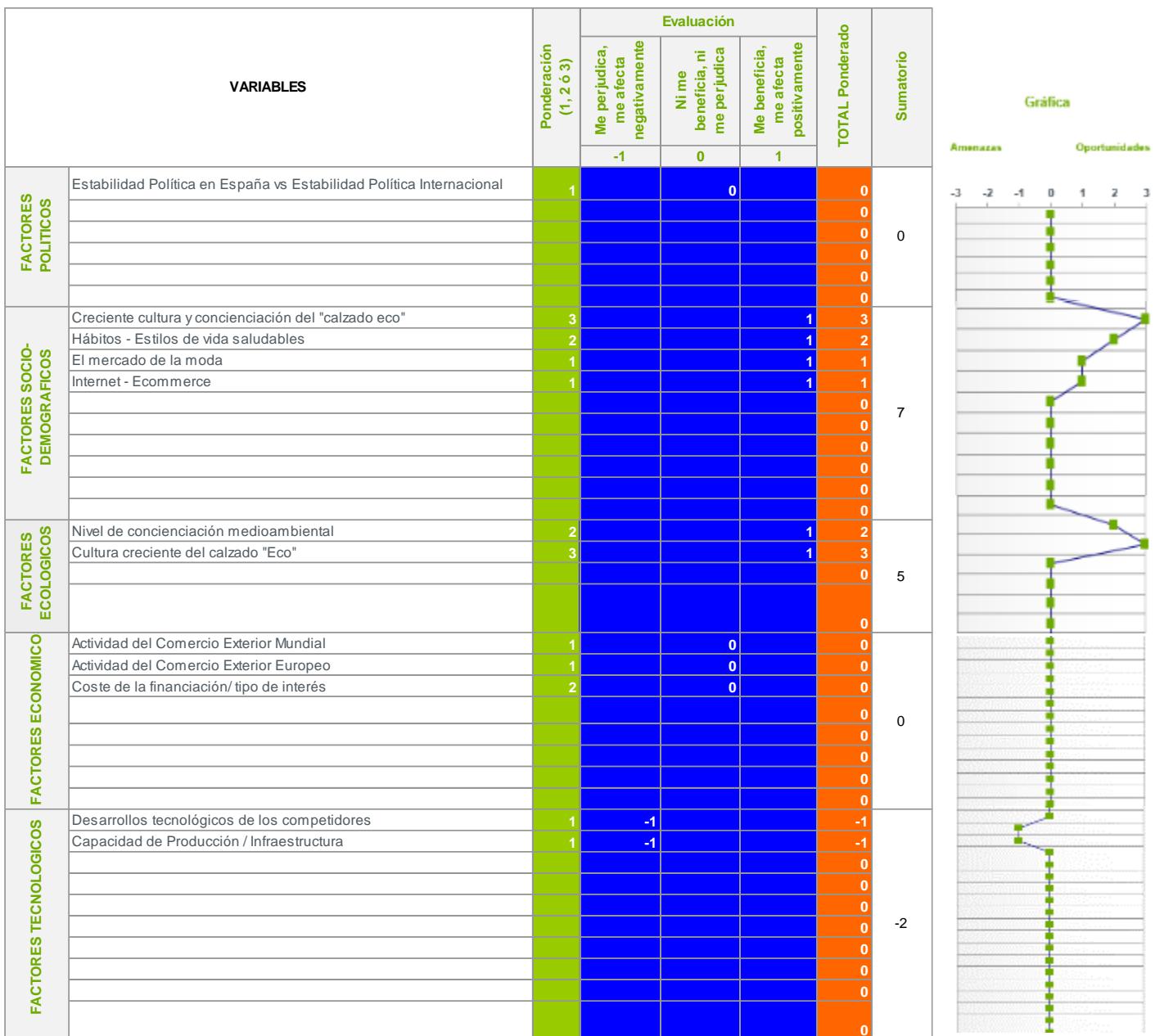
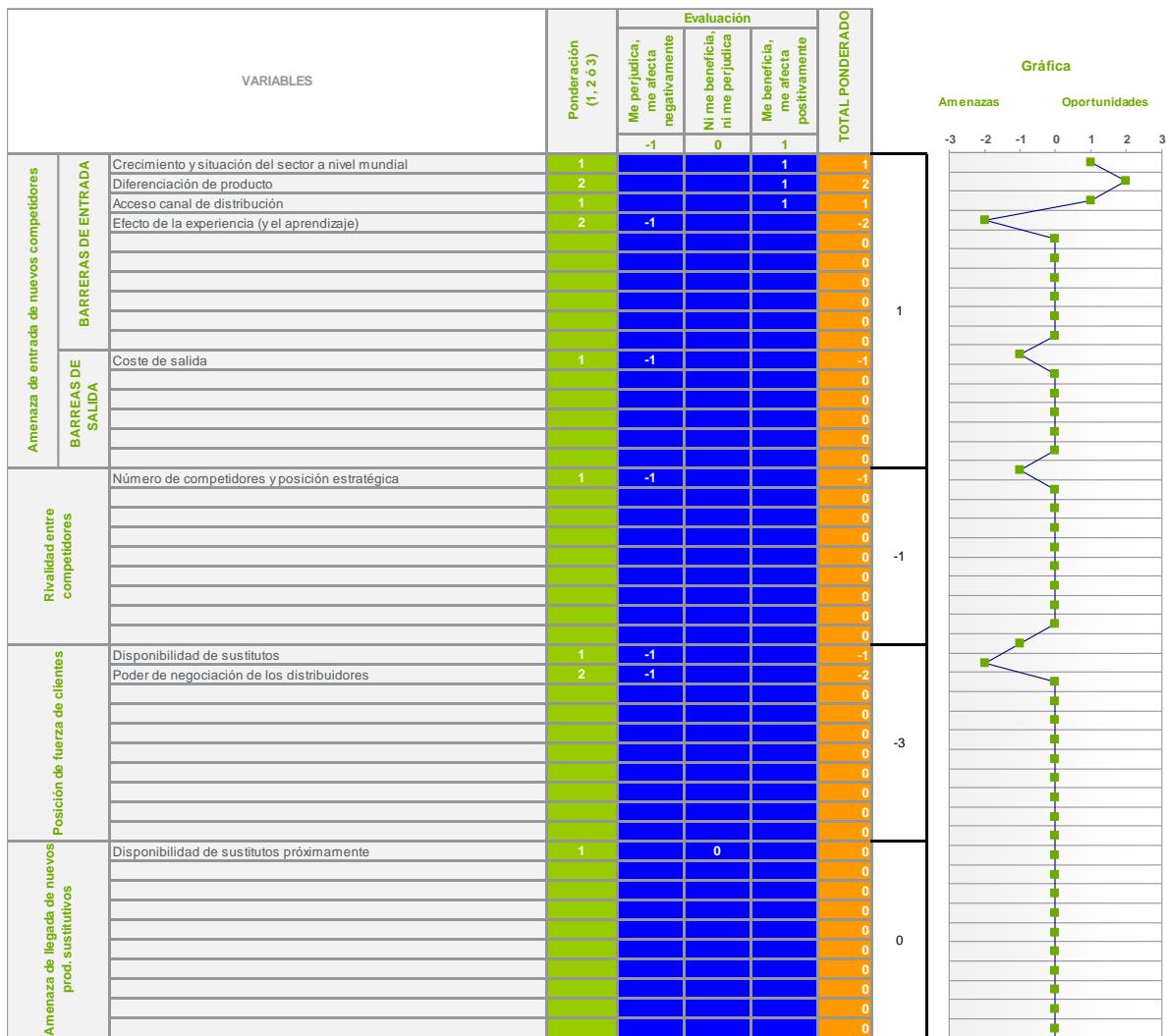


## ANEXOS

### ANEXO N°1. ANÁLISIS DEL ENTORNO GENERAL



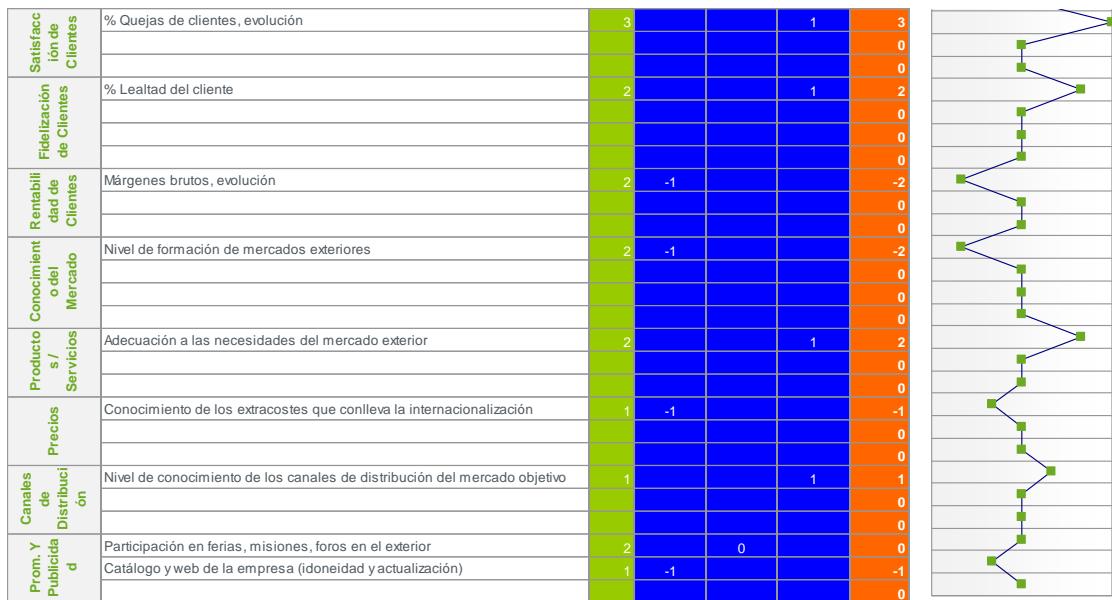
## ANEXO N°2. ANÁLISIS DEL SECTOR (PORTER)



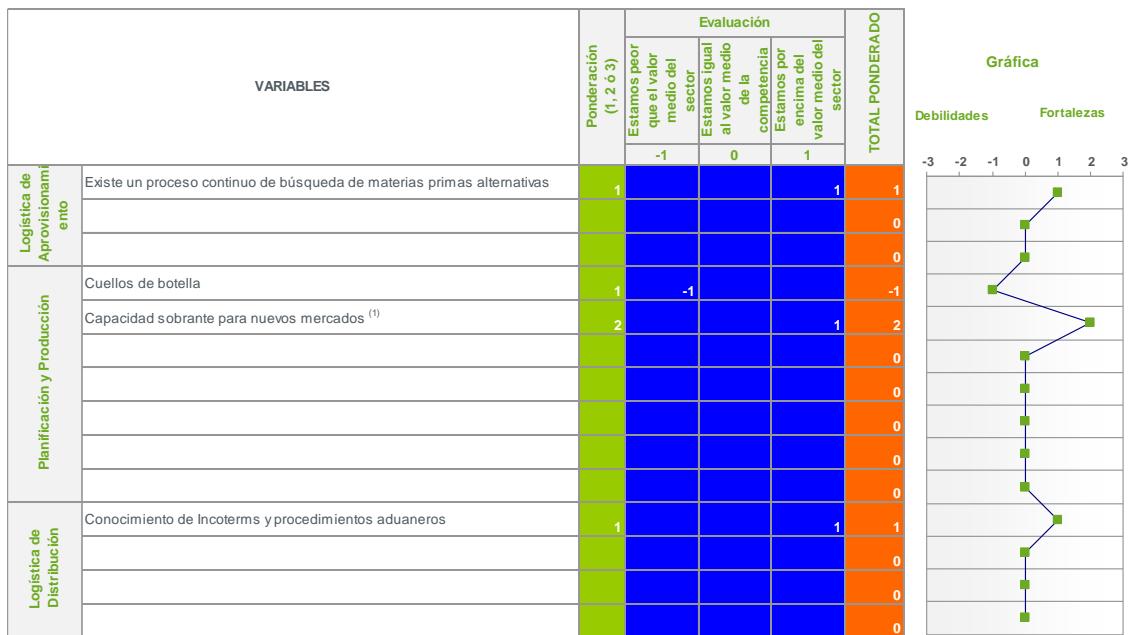
## ANEXO N°3. FUNCIONES DESEMPEÑADAS POR LOS RESPONSABLES DE RAY MUSGO (Ray Musgo,2013)

Promotor 1 LORENA GASCO	Promotor 2 JAVIER SÁNCHEZ
<i>Control de procesos y plazos (Producción, logística, etc.)</i>	<i>Diseño de producto</i>
<i>Control de calidad de materiales</i>	<i>Control medioambiental del proyecto</i>
<i>Plan de Marketing</i>	<i>Red comercial</i>
<i>I+D</i>	<i>Redes sociales</i>

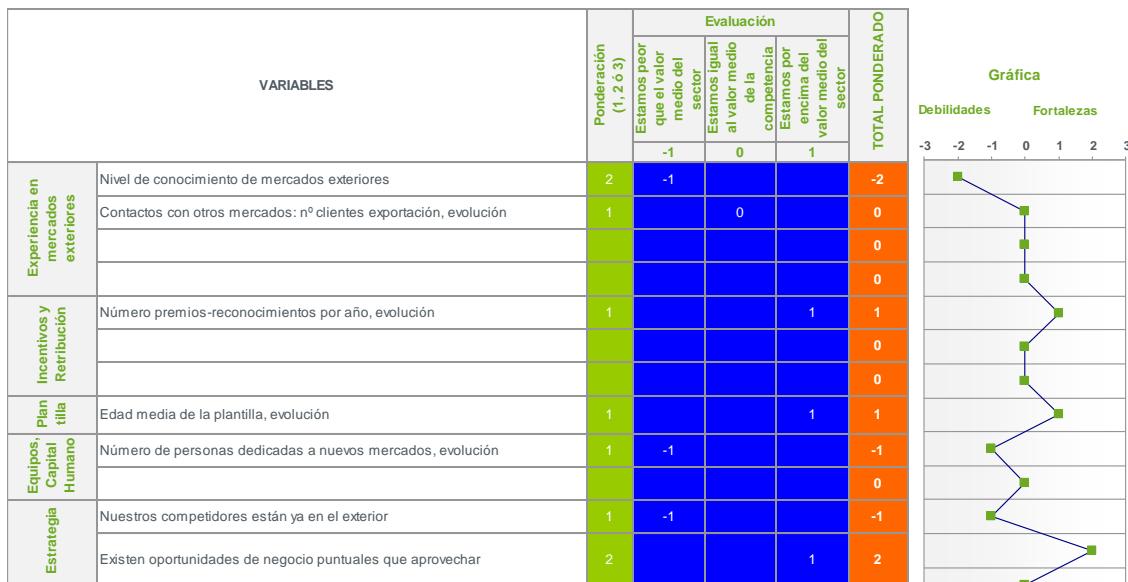
## ANEXO N°4. PROCESO CLIENTE MERCADO



## ANEXO N°5. PROCESOS INTERNOS



## ANEXO N°6 PROCESO APRENDIZAJE Y DESARROLLO



## ANEXO N°7 ANÁLISIS DAFO

<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Diseño, comodidad y ecología al mismo tiempo</li> <li>✓ Diseños de autor (Los diseñan Lorena y Javier).</li> <li>✓ Materiales exclusivos → Planta de montado vegetal, pieles sin cromo...</li> <li>✓ Totalidad de componentes respetuosos con el medio ambiente</li> <li>✓ Obtención de premios y reconocimientos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>⬇ Poco valor de marca. Poco conocimiento de <i>Ray Musgo</i> a nivel internacional.</li> <li>⬇ Ser una Pyme → Recursos limitados</li> <li>⬇ Dinámica cortoplacista.</li> <li>⬇ Conocimiento limitado de los mercados exteriores.</li> </ul>
<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/> Creciente conciencia social sobre el medioambiente por parte del consumidor (ecología)</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> Preocupación por los hábitos saludables. Calzado beneficioso para la salud.</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> Impulso en eventos y ferias</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> E-COMMERCE como herramienta para vender en todo el mundo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✗ Gran número de competidores offline y online alrededor de los 3 atributos (Diseño, Comodidad y Ecología)</li> <li>✗ Capacidad productiva. Infraestructura innovadora de competidores</li> <li>✗ Cantidad de humo alrededor de la ecología y los productos ecológicos</li> <li>✗ Cantidad de engaños sobre productos "Made in"</li> <li>✗ El mercado emergente "vegano"</li> </ul>

**ANEXO N°8 DISTANCIA CULTURAL HOFSTEDE (PROCESO DE SELECCIÓN DE MERCADOS, Análisis de los indicadores generales)**

1º Datos Paises

	<b>Distancia del Poder</b>	<b>Independencia respecto a los demás</b>	<b>Racionalidad</b>	<b>Prevención de la incertidumbre</b>	<b>Orientación a largo plazo</b>	<b>Indulgencia / Libertad individual</b>
<b>España</b>	57	51	42	86	48	44
<b>Alemania</b>	35	67	66	65	83	40
<b>Francia</b>	68	71	43	86	63	48
<b>Países Bajos</b>	38	80	14	53	67	68
<b>Reino Unido</b>	35	89	66	35	51	69

2º Suma de las distancias entre Países

	<b>Distancia del Poder</b>	<b>Independencia respecto a los demás</b>	<b>Racionalidad</b>	<b>Prevención de la incertidumbre</b>	<b>Orientación a largo plazo</b>	<b>Indulgencia / Libertad individual</b>	<b>Σ</b>
<b>España - Alemania</b>	22	16	24	21	35	4	122
<b>España - Francia</b>	11	20	1	0	15	4	51
<b>España - Países Bajos</b>	19	29	28	33	19	24	152
<b>España - Reino Unido</b>	22	38	24	51	3	25	163

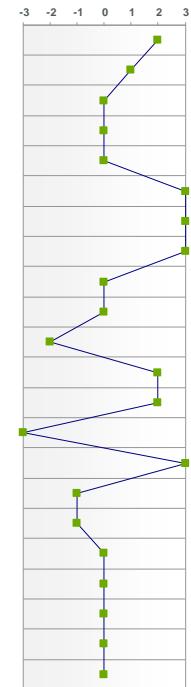
**ANEXO N°9 CUADRO DEL ANÁLISIS DE LOS INDICADORES ESPECÍFICOS Y LA MATRIZ DE SELECCIÓN DE MERCADOS**

<b>Criterio</b>	<b>Definición/explicación del criterio</b>	<b>Países o áreas geográficas preseleccionados</b>			
		<b>ALEMANIA</b>	<b>FRANCIA</b>	<b>PAÍSES BAJOS</b>	<b>REINO UNIDO</b>
<b>Consumo de Calzado Per Cápita (pares de zapatos)</b>	Consumo en pares/población	5,4	6,3	3,8	8,6
<b>Importaciones de calzado español (MARCA ESPAÑA)</b>	Importaciones pares de calzado español	11.922.888	34.685.751	3.204.521	9.633.946
<b>Consumo de calzado femenino Per Cápita (€)</b>	Estudios ICEX	128 €	175 €	157 €	192 €
<b>Ranking e-commerce</b>	Posición en ranking mundial y puntuación (0-100%) del atractivo del mercado online	Nº5 Puntuación: 66,6	Nº6 Puntuación: 59,3	Nº13 Puntuación: 41,8	Nº3 Puntuación: 74,4
<b>Consumo p/cápita de productos orgánicos</b>	€ / persona	97 €	73 €	57 €	36 €

## ANEXO N°10

### 10.1 Alemania

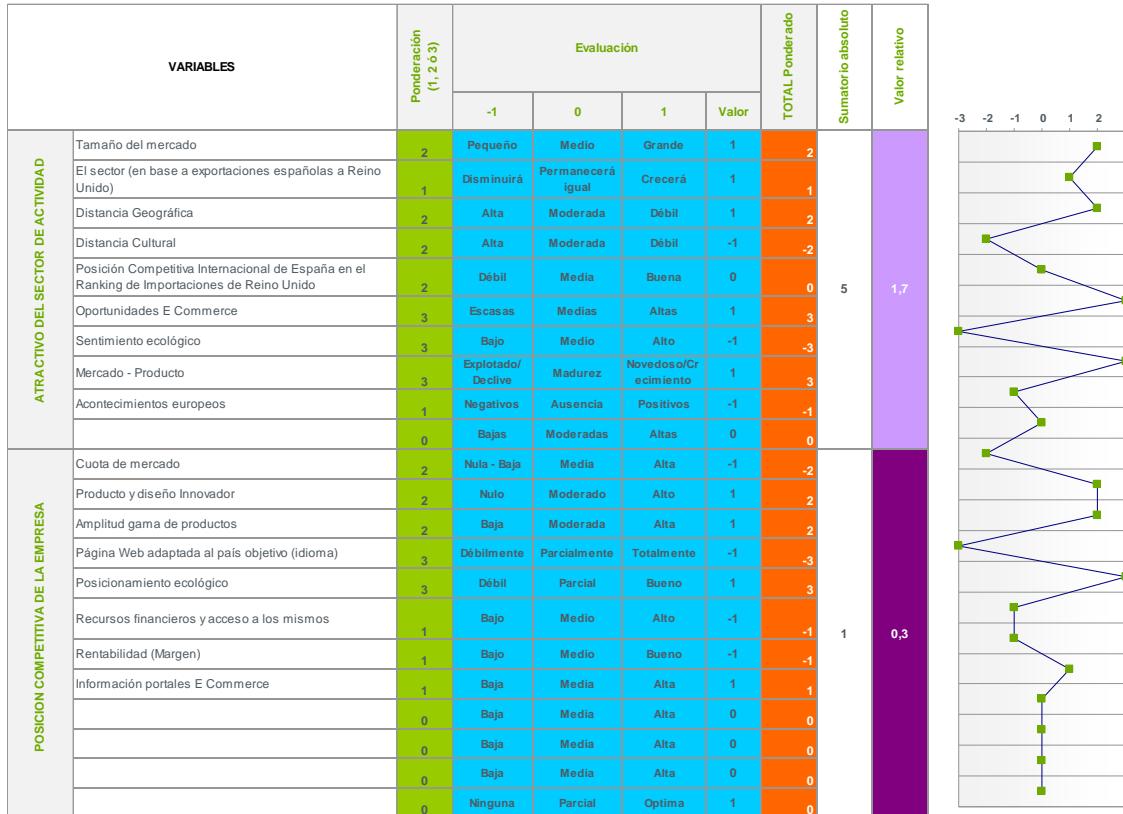
	VARIABLES	Ponderación (1, 2 o 3)	Evaluación				TOTAL Ponderado	Sumatorio absoluto	Valor relativo
			-1	0	1	Valor			
	Tamaño del mercado	2	Pequeño	Medio	Grande	1	2		
ATRACTIVO DEL SECTOR DE ACTIVIDAD	El sector (en base a exportaciones españolas a Alemania)	1	Disminuirá	Permanecerá igual	Crecerá	1	1		
	Distancia Geográfica	2	Alta	Moderada	Débil	0	0		
	Distancia Cultural	2	Alta	Moderada	Débil	0	0		
	Posición Competitiva Internacional de España en el Ranking de Importaciones de Alemania	2	Débil	Media	Buena	0	0		
	Oportunidades E Commerce	3	Escaras	Medias	Altas	1	3		
	Sentimiento ecológico	3	Bajo	Medio	Alto	1	3		
	Mercado - Producto Calzado Ecológico	3	Explorador/ Declive	Madurez	Novedoso/Cr ecimiento	1	3		
	Acontecimientos europeos	1	Negativos	Ausencia	Positivos	0	0		
		0	Bajas	Moderadas	Altas	0	0		
POSICIÓN COMPETITIVA DE LA EMPRESA	Cuota de mercado	2	Nula - Baja	Media	Alta	-1	-2		
	Producto y diseño Innovador	2	Nulo	Moderado	Alto	1	2		
	Amplitud gama de productos	2	Baja	Moderada	Alta	1	2		
	Página Web adaptada al país objetivo (idioma)	3	Débilmente	Parcialmente	Totalmente	-1	-3		
	Posicionamiento ecológico	3	Débil	Parcial	Bueno	1	3		
	Recursos financieros y acceso a los mismos	1	Bajo	Medio	Alto	-1	-1		
	Rentabilidad (Margen)	1	Bajo	Medio	Alto	-1	-1		
	Información portales E Commerce	1	Baja	Media	Alta	0	0		
		0	Baja	Media	Alta	0	0		
		0	Baja	Media	Alta	0	0		
		0	Ninguna	Parcial	Optima	1	0		



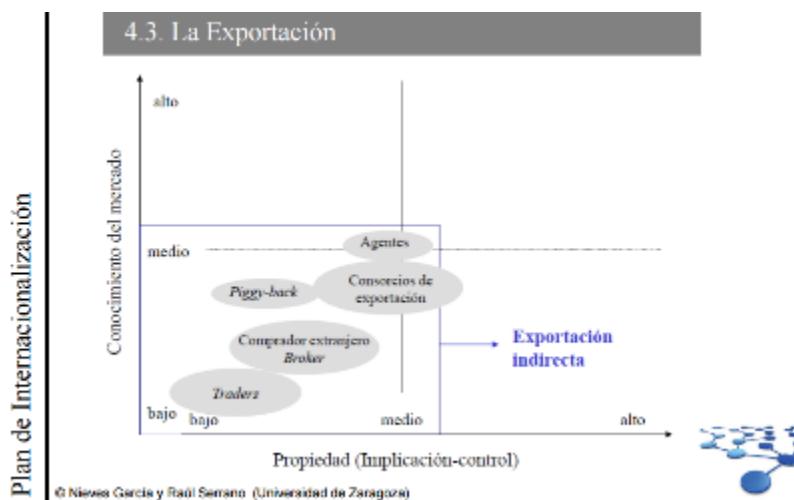
## 10.2 Francia



## 10.3 Reino Unido



## ANEXO N°11 FORMAS DE EXPORTACIÓN INDIRECTA



## ANEXO N°12 PORTALES WEB FRANCESES ESPECIALIZADOS EN ZAPATERÍA Y MODA

Cloggs	Modress	Sacha
Jef Chaussures.com	Omoda	Shoes.fr
La Bonne Pointure	Sarenza.com	Zalando.fr
MissCoquines	Yoox	Spartoo
LaRedoute.fr	3suisses.fr	Asos.fr

## ANEXO N°13 LAS 50 PÁGINAS WEB VENDEDORAS DE CALZADO CON MÁS TRÁFICO DE USUARIOS WEB

Tabla 9 - Listado del top 50 de páginas web que venden zapatos en Francia por tráfico (marzo 2016). Ordenadas de mayor a menor tráfico. Fuente: Elaboración propia con datos de Alexa, completado con Europeapres y Kompass.

Site	Ranking francés	Visitantes únicos estimados	Visitas Estimadas	Vistas de página estimadas	Tiempo diario en la web	Traffic directo búsquedas	Otros canales de negocio	Año
1 Amazon	7	15.143.092	64.254.354	696.643.400	7:49	10.70%	185.821.000 €	2014
2 ebay.fr	17	7.021.141	31.359.967	396.478.584	11:22	13.00%	7.563.000 €	2013
3 Aliexpress	56	6.901.512	19.389.419	321.937.055	12:17	14.90%		
4 Cdiscount	16	9.618.536	25.589.746	244.709.018	7:44	21.20%	1.018.774.000 €	2011
5 Vente-privee	42	3.380.416	13.784.713	138.038.639	8:58	7.60%	907.259.000 €	2012
6 Showroomprivé	67	2.531.812	9.885.012	107.530.343	8:26	7.90%		
7 HM	654	4.734.543	8.459.842	91.817.875	8:11	16.90%	1.031.554.000 €	2013
8 PriceMinister	63	5.193.878	12.918.815	81.016.176	5:11	19.20%		
9 La Redoute	82	4.584.312	9.388.417	80.853.099	8:16	18.40%	846.003.000 €	2013
10 Leclercdrive.fr	149	1.926.624	5.457.319	58.904.607	20:31	11.70%		
11 Zando	155	2.523.724	5.800.988	50.429.918	9:20	16.10%	6.999.000 €	2013
12 Asos.fr	216	1.840.774	4.573.857	44.024.169	9:12	15.10%	2.397.321 €	2014
13 RueDuCommerce	126	3.870.648	7.562.214	40.031.929	4:09	21.80%	332.049.000 €	2013
14 Decathlon	173	2.744.096	5.089.277	38.002.126	6:03	23.90%	4.102.560.000 €	2013
15 Carrefour	151	2.961.617	5.605.656	35.716.139	6:15	22.30%	69.460.000 €	2013
16 Auchan	193	2.574.435	4.901.831	31.707.527	4:57	22.40%	82.241.000 €	2010
17 Kiplab.com	236	1.811.636	3.821.456	29.618.609	7:22	16.30%	1.239.607.000 €	2013
18 Sarenza.fr	231	1.939.347	4.019.230	24.002.023	8:00	14.80%	402.204.000 €	2013
19 LIDL	295	1.418.280	3.476.707	21.618.324	4:20	11.10%		

20	<a href="#">e-ladur.com</a>	259	1.764.012	3.490.335	20.640.606	5:38	19.90%	200.000.000 €	2015
21	<a href="#">e-ladur.com</a>	285	1.904.657	3.683.546	13.634.834	3:47	24.20%		
22	<a href="#">Santoni</a>	411	1.288.385	2.733.002	11.999.275	5:02	16.60%	130.000.000 €	2014
23	<a href="#">Gemo</a>	739	809.803	1.431.273	8.137.021	5:24	18.40%	754.348.200 €	2014
24	<a href="#">Lithale</a>	735	711.499	1.396.488	7.754.495	6:51	18.50%	607.383.200 €	2015
25	<a href="#">Yours</a>	305.023	676.491	7.351.826	10:41	9.80%	923.000.000 €	2015	
26	<a href="#">Chaussaq</a>	1445	340.193	659.893	6.404.833	8:35	17.90%	189.364.000 €	2012
27	<a href="#">Promod</a>	907	513.662	1.164.097	5.978.962	6:10	17.00%	604.681.000 €	2014
28	<a href="#">JustFab</a>	1.265	560.470	969.726	5.223.119	6:32	9.30%		
29	<a href="#">Modatol</a>	2031	275	599	3.732.194	9:42	14.40%	16.701.088 €	2014
30	<a href="#">Erao</a>	1829	281.116	577.891	3.135.405	4:50	17.20%	178.906.000 €	2013
31	<a href="#">Court</a>	2128	291	521	2.768.054	4:24	24.70%	169.963.000 €	2014
32	<a href="#">MissCoquette</a>	2.883	215.071	440.711	2.061.469	7:17	14.80%		
33	<a href="#">La modeuse</a>	3.827	171.420	327.322	1.945.349	6:52	15.90%		
34	<a href="#">San Marina</a>	3.478	161.215	368.226	1.600.716	5:06	17.20%	138.271.000 €	2014
35	<a href="#">Clarks</a>	7.542			3:45	24.30%	1.140.000.000 €	2015	
36	<a href="#">Chaussexpo</a>	5.935			2:34	8.00%	134.622.000 €	2013	
37	<a href="#">Mobil</a>	4.279			4:09	16.90%	133.260.000 €	2014	
38	<a href="#">André</a>	4.306			3:50	16.10%	127.122.268 €	2014	
39	<a href="#">Nelly</a>				8:53	12.10%	114.861.000 €	2014	
40	<a href="#">Bata</a>	12.248			3:11	19.50%	91.343.516 €	2013	
41	<a href="#">Bocage</a>	18.212			3:24	22.00%	53.009.000 €	2013	
42	<a href="#">Bestseller</a>						24.527.900 €	2014	
43	<a href="#">Coco</a>				1:48	29.80%	11.345.000 €	2015	
44	<a href="#">BudapePark</a>				2:37	3.20%	6.249.648 €	2014	
45	<a href="#">Chausty</a>	25.465			5:52	19.60%	7.102.000 €	2013	
46	<a href="#">Cará Politu</a>	36.642			2:42	22.70%	6.506.100 €	2015	
47	<a href="#">Shoes.it</a>	5.261			2:55	21.50%	3.954.021 €	2014	
48	<a href="#">PlanerRoots</a>				2:25		2.294.700 €	2014	
49	<a href="#">Tendencia Chausseure</a>	20.619			3:03	17.60%	848.100 €	2013	
50	<a href="#">LaBonnePoliture</a>	39.227			2:18	24.60%	439.000 €	2014	

## ANEXO N°14 CATÁLOGO DE LOS PRODUCTOS A EXPORTAR

Colección Invierno:

ACETO

ANCHEL

BARELLA



CAXICO



Colección Verano:

APLER



BALAT



BOCACI



BOIRA

