



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES,
UNIVERSIDAD PONTIFICIA DE COMILLAS

ICADE BUSINESS SCHOOL

PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE GAFAS DE SOL DE MATERIALES NATURALES, PIEDRA Y MADERA

Autor: M^a del Mar Castaño Martínez

Director: Gloria García

Madrid

Diciembre 2014



Contenido

Introducción.....	3
Capacidad Exportadora de la empresa.....	3
Estrategia de Exportación.....	3
A. <i>Actividad de Negocio a Exportar.</i>	3
B. <i>Fases del proceso productivo.</i>	3
C. <i>Puntos Críticos</i>	7
D. <i>Cómo lo hace la empresa.</i>	7
E. <i>Diferenciación.</i>	10
F. <i>País destino de la Exportación.</i>	11
G. <i>Forma de exportar.</i>	13
H. <i>Mercado Exterior Objetivo.</i>	14
I. <i>Objetivos de Mercado.</i>	17
J. <i>Preferencias específicas del Mercado Exterior Objetivo.</i>	18
Estrategia de Comercialización.	20
A. <i>Producto Global Adecuado.</i>	20
i. <i>Visualización de producto global adecuado:</i>	22
ii. <i>Garantía y Recomendaciones de Uso.</i>	24
B. <i>Puntos de Venta Adecuados.</i>	25
C. <i>Canal Comercial</i>	28
D. <i>Instrumentos de Promoción Exterior.</i>	29
E. <i>Precio y viabilidad de la Exportación.</i>	34
1. <i>Términos Comerciales.</i>	34
2. <i>Costes de Producción.</i>	35
3. <i>Precios del sector.</i>	37
Anexos.....	38
Anexo I: <i>Criterios Importantes.</i>	39
Anexo II: <i>Mercado CE gafas de sol.</i>	40
Anexo III: <i>Crédito y Caucción</i>	42
Anexo IV: <i>Imágenes Punto de Venta Adecuado</i>	43
Anexo V: <i>Unidad Exportable.</i>	46
Anexo VI: <i>Costes de Producción de PGA</i>	47
Anexo VI: <i>Estructura de Costes.</i>	52
Bibliografía.....	53

ANEXO II

FICHA-RESUMEN TRABAJO FINAL DE MÁSTER

Apellidos y nombre del alumno: Castaño Martínez, M^a del Mar

Programa: Dirección de Negocios Internacionales.

Curso académico / Edición: 2013/2014.

Título del Trabajo: Producción y Comercialización de Gafas de sol de materiales naturales, piedra y madera.

Director del Trabajo: Gloria García.

Resumen del Trabajo (aprox. 500 palabras):

Natural Glasses, pequeña y mediana empresa española localizada en Almería y dedicada a la Producción y Comercialización de Gafas de sol de materiales naturales, piedra y madera, ha decidido comenzar su internacionalización mediante el negocio internacional de la exportación, tras haber comprobado que tiene capacidad exportadora. Para ello ha elaborado su estrategia de exportación, investigando, analizando y tomado las siguientes que se muestran a continuación.

Primero ha determinado la actividad de negocio a exportar, explicando las razones por las que he tomado esta decisión. A continuación ha mostrado las fases productivas de la actividad de negocio a exportar, mostrando así la diferenciación con la que cuenta y que le va a permitir competir en mercados exteriores. La diferenciación se basa en:

- Composición de la gafa al 100% de materiales naturales (incluida la bisagra).
- Elaboración artesanal de cada pieza
- Diseño exclusivo

Tras el análisis de la diferenciación, se ha analizado también y determinado que Alemania, es el país destino más adecuado para exportar dentro del territorio de la Unión Europea. Comenzando la exportación en la ciudad e Berlín.

La forma más adecuada para que *Natural Glasses* exporte, es directamente a los puntos de venta, sin la necesidad de colaboración de un agente comercial en destino o mediante un intermediario en país destino.

Dentro del país destino seleccionado, se ha determinado que el grupo de mercado más adecuado al cual debe dirigirse *Natural Glasses*, es decir, aquél segmento de mercado que más valora su diferenciación son aquellos consumidores potenciales que poseen ya al menos una gafa de sol, y cuyo uso es por motivos cosméticos/moda.

Este segmento de mercado representa el 25% del mercado potencial, y supone 925.000 unidades de gafas de sol. Se han analizado también las preferencias específicas del mercado potencial para elaborar la estrategia de comercialización:

- Preferencia 1: El tiempo medio de reemplazo de las gafas se sitúa en torno a 3 años.
- Preferencia 2: Posesión de más de una gafa

- Preferencia 3: Lentes antirreflejantes
- Preferencia 4: Gafas de sol con un toque deportivo.
- Preferencia 5: Gafas como elemento de moda y de marca.
- Preferencia 6: Lugar de compra: comercios especializados en salud y belleza.
- Preferencia 7: Gafas de materiales novedosos, artesanos y naturales.

Tras analizar dichas preferencias, se ha analizado el producto global adecuado así como el punto de venta adecuado, que será Lunettes Kollektion y su canal comercial, el cual no requiere de figuras intermedias entre el exportador e importador.

Se han desarrollado los elementos de promoción exterior específica así como el precio al que se venderá en las condiciones comerciales establecidas. Estas condiciones comerciales son:

- Medio de transporte: camión.
- Cantidad: 360 unidades físicas.
- Unidad exportable: 10 unidades físicas.
- INCOTERM: DAP.
- Medio de pago: Orden de pago simple.

También se ha determinar el precio de la exportación, y se ha elaborado la estructura de costes. Teniendo un coste por unidad de gafa de sol de piedra y madera de 30.64€.

Por último se ha comprobado que la exportación es viable según los datos analizados.

Fecha: 9/12/2014

Vº Bº

Firma:



Director del Trabajo

Introducción.

El presente trabajo tiene como objetivo la presentación de las Estrategias de Exportación y Comercialización de la Actividad de Negocio a Exportar de la empresa Natural Glasses, que es la **Producción y Comercialización de Gafas de Sol fabricadas con materiales naturales: piedra y madera.**

A lo largo del documento se analizarán y tomarán todas las decisiones necesarias para definir ambas estrategias de la actividad negocio.

Capacidad Exportadora de la empresa.

Natural Glasses, es una pequeña y mediana empresa española, localizadas en la provincia de Almería, y dedicada a la Producción y Comercialización de Gafas de sol fabricadas con materiales naturales. *Natural Glasses* ha decidido comenzar la internacionalización de la misma mediante el negocio internacional de la exportación.

Previo a la toma de dicha decisión, ha comprobado que tiene capacidad exportadora mediante un análisis interno de la empresa, así como es la estrategia de crecimiento adecuada para el crecimiento de la empresa.

Estrategia de Exportación.

A. Actividad de Negocio a Exportar.

La actividad de negocio de la empresa es la Producción y Comercialización de Gafas de sol con materiales naturales, pero la actividad de negocio a exportar es la Producción y Comercialización de Gafas de Sol fabricadas con dos materiales naturales, piedra y madera.

Dicho producto pertenece al sector Óptico y Optométrico y a la industria de las gafas de sol por lo que el código TARIC de dicha actividad es 9003190090.

B. Fases del proceso productivo.

Las fases del proceso productivo son las siguientes:

I. Aprovechamiento y diseño. En esta primera fase del proceso productivo, es donde se obtendrán los materiales necesarios para la elaboración de las gafas, la cual está elaborada con elementos naturales, piedra y madera, así como de las bisagras necesarias para la unión de las piezas. La piedra y madera se obtienen en forma de tablones. Ambos materiales son 100% naturales y sin coloración alguna.

Una vez obtenidas las materias primas, se selecciona el diseño que la gafa va a tener.

Se obtiene a través de un proveedor la lente que se va a incorporar al marco de cada gafa.

II. Elaboración de las piezas: marco, patillas y bisagras. Sobre los tablones de madera y piedra se plasma el diseño del marco y de las patillas de las gafas mediante una plantilla del diseño y con la ayuda de un rotulador. Dichos tablones son cortados mediante un cortador láser, para así obtener la precisión de la forma necesaria obteniendo las 3 piezas base de la gafa. El grosor de la piedra tiene que

ser lo más fino posible para evitar que la gafa pese a diferencia de la parte de madera, que será quien soporte el peso de la piedra, y debe por tanto ser resistente para tal efecto.

Con respecto al grosor de la madera existen dos modos para la realización de la gafa. La primera consiste en la elaboración de una pieza única maciza y la segunda mediante la elaboración de capas de pequeño grosor que son superpuestas conformando así una pieza única. De este modo, la gafa adquiere mayor flexibilidad.

Se realizan también los surcos correspondientes en las patillas y marco con la ayuda de una fresadora de columna, donde serán ubicadas las bisagras que unirán ambas piezas.

III. Lijado. Las piezas de madera son lijadas evitando así cualquier tipo de aspereza. Esta fase se realiza por todas las partes de la gafa, interiores, exteriores y patillas con la ayuda de una lijadora de precisión. La superficie de piedra es también levemente lijada, terminando así de dar la forma del diseño de la gafa.

IV. Pegado. Se realiza el pegado de las partes de piedra y madera de las gafas. El pegado se realiza con la ayuda de un pegamento especial con base de resina. Dicho pegamento garantiza el correcto pegado de las piezas, el cual es repartido por toda la superficie de las piezas para un adecuado pegado entre estas. El pegado se realiza o bien sujetando las partes con la ayuda de pinzas y celo o bien con una estructura que tiene la forma de la gafa y que aporta presión y forma a la misma.

V. Secado. Tras su pegado, deben de estar 30 minutos para su correcto secado y consolidación de la unión de las piezas. Se ayuda también con un secador de aire frío para asegurar su correcta fijación.

VI. Lineal de las lentes. Se realiza el lineal donde se van a colocar las lentes con una máquina manual de tallado rotatoria.

VII. Unión de patillas y marco principal. La unión se hace mediante una bisagra la cual es montada con la ayuda de un destornillador y tornillos especiales para gafas así como es pegada en la parte de la patilla con pegamento también de base de resina. Es necesario 30 minutos de secado para conseguir la correcta unión de la bisagra con la patilla.

VIII. Segundo lijado. Tras la completa unión de las piezas de la gafa, se realiza un lijado final manual para perfeccionar todos los cantos de la misma.

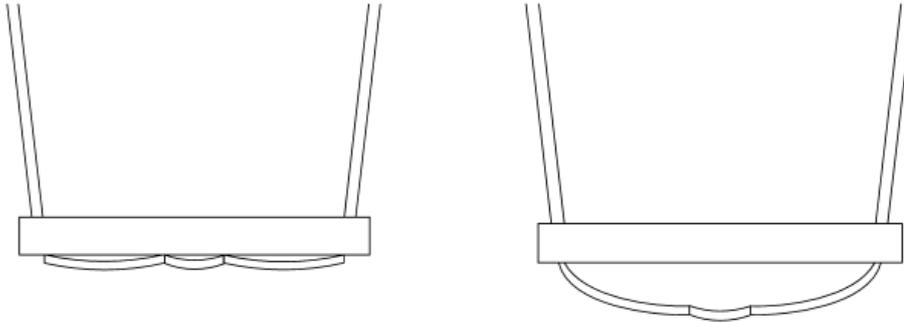
IX. Esmaltado. Posteriormente las gafas son esmaltadas mediante un aceite mineral que permite el contacto con la piel. Tras el esmaltado, las piezas deben de ser secadas de manera natural durante un periodo de tiempo que oscila entre 40 y 60 minutos.

X. Preparación de las lentes. Antes de la colocación de las lentes, estas han sido correctamente medidas con la ranura de la gafa a ocupar y posteriormente son cortadas con una cortadora especializada en cristales.

El material de las lentes puede ser de vidrio o de policarbonato. El vidrio presenta mayor claridad y resistencia al rayado, a diferencia del policarbonato que es más ligero que la lente de cristal y más resistente a cualquier impacto.

- XI. Puesta de lente.** Las lentes son puestas en la ranura interior de la gafa de manera manual, encajándolas en el hueco realizado para ellas.
- XII. Alineamiento.** Una vez finalizado el proceso productivo de la gafa se comprueba la alineación de la misma. El alineamiento de la gafa puede ser plano o meniscado (curvo) tal como y se muestra en la imagen número 1.

Imagen 1: Marco plano y Marco meniscado.

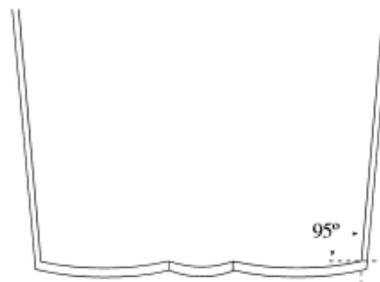


Fuente: Tecnología óptica, lentes oftálmicas, diseño y adaptación.

El alineamiento de la gafa se comprueba de modo visual y gracias a la ayuda de una regla, así como el alineamiento vertical, comprobando que las lentes están ubicadas a la misma altura en consonancia con la línea datum (es decir el soporte del peso entre la lente izquierda, el soporte de la nariz y lente derecha).

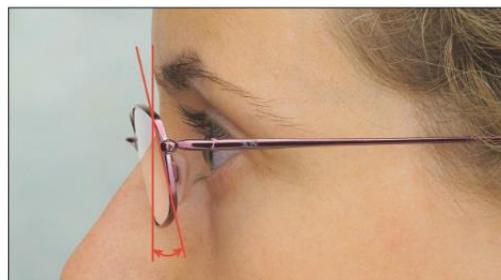
A continuación se verifica el alineamiento de las varillas mediante el ajuste del ángulo del talón, que es el ángulo formado entre el marco y las varillas, y el ángulo pantoscópico (este es el ángulo que se forma en el ángulo de la lente con la vertical, el cual no debe superar los 10°).

Imagen 2: Ángulo del talón



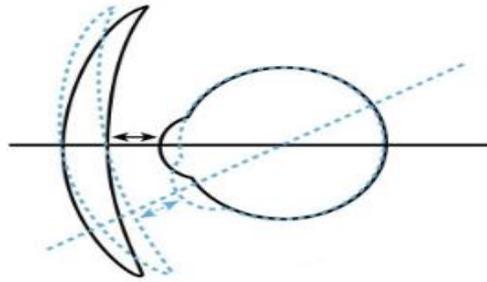
Fuente: Tecnología óptica, lentes oftálmicas, diseño y adaptación.

Imagen 3: Ángulo Pantoscópico



Fuente: Tecnología óptica, lentes oftálmicas, diseño y adaptación.

Imagen 4: Ángulo Pantoscópico

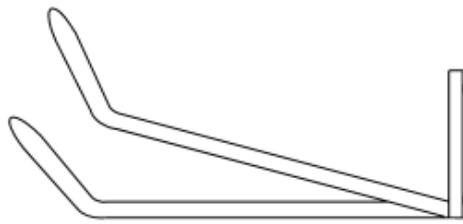


Fuente: Manual de lentes progresivas. El procedimiento de adaptación.

En una montura bien alineada el ángulo del talón no debe superar los 95° para posibilitar que las dos varillas tengan el mismo ángulo pantoscópico.

Su comprobación se realiza poniendo la montura sobre una superficie plana. La varilla que no contacta con la superficie es la de mayor ángulo pantoscópico.

Imagen 5: Verificación de la alineación del ángulo pantoscópico.



Fuente: Tecnología óptica, lentes oftálmicas, diseño y adaptación.

C. Puntos Críticos

Los puntos críticos del proceso productivo son:

- **Selección de los materiales naturales a utilizar.** En función de la piedra y madera que se utilice, la fragilidad de la gafa varía así como será más sensible a factores externos como temperatura y humedad. Hay por tanto que seleccionar materiales que no se vean fácilmente alterables ante dichos factores.
- **Montaje.** El resultado del montaje varía si este se realiza de manera artesanal o industrial, siendo en el primero de los casos lo más adecuado para una pieza con cierto grado de delicadeza y precisión como son la piedra y madera. Así como las tareas de lijado, deben de ser manuales para perfeccionar cada pieza en base a su diseño.
- **Composición del marco.** Si el marco se realiza en una sola pieza, agrega rigidez a la gafa, y puede ocasionar desperfectos al sobreponer la pieza final de piedra. Si la pieza de madera se compone de finas piezas superpuestas, el resultado final es de mayor calidad y da mayor flexibilidad así como resistencia a la gafa. De este modo también, la pieza de piedra se adapta mejor a la unión de piezas de madera.
- **Pegado y secado.** Es una fase de alta importancia, dado que si no se utiliza el pegamento adecuado ni la técnica adecuada de pegado entre todas las partes de la gafa, pueden ocasionarse problemas de poca resistencia y consistencia, no permitiendo de este modo un uso habitual de la misma. Así como si no se respeta el tiempo de secado necesario.

D. Cómo lo hace la empresa.

- **Aprovisionamiento y diseño.** Los materiales que se van a usar para la elaboración de las gafas de sol son pizarra en color negro y en color blanco y madera de abedul. Ambos materiales son 100% naturales y sin coloración alguna.
Las bisagras necesarias para la unión de las patillas con el marco son también de madera de abedul, realizadas por la empresa.
La lente se obtiene de óptica Carl Zeiss, proveedor que garantiza la calidad de la lente así como cumple con la normativa europea vigente referente al mercado CE y EPI (Equipos de protección individual).
El diseño se realiza mediante los programas Corel Draw y Photoshop.
- **Elaboración de las piezas: marco, patillas y bisagras.** La gafa se elabora en distintas capas. Está compuesta de tres capas de madera de abedul, una capa de fibra textil (esta capa permite la correcta unión de la madera con la piedra así como aporta mayor resistencia) y finalmente una capa de piedra de pizarra. La unión de distintas capas confiere mayor flexibilidad a las gafas.
Las tablas de piedra y madera serán cortadas con una cortadora láser en base al diseño que esta vaya a tener. Diseño que ha sido previamente dibujado sobre la superficie de la tabla gracias a una plantilla del diseño del marco, patillas y bisagras.
Las bisagras de madera permiten la apertura natural de la gafa en base a un mecanismo rotatorio entre estas, las cuales están perfectamente encajadas.

Imagen 6: Bisagras de madera



Fuente: Rolf Spectacles

- **Lijado.** De manera manual se realiza un lijado por todas las piezas de madera de la gafa, para eliminar cualquier tipo de aspereza y rugosidad propias de la madera. La superficie de piedra es también levemente lijada, terminando así de dar la forma del diseño de la gafa.
- **Pegado.** El pegado de las partes de piedra y madera de las gafas así como la bisagra, se realiza con la ayuda de un pegamento especial con base de resina. Se realiza dentro de una estructura tipo molde que tiene la forma de la gafa, garantizando así la correcta unión de las partes y que somete a cierta presión a las partes.
- **Secado.** Se establecen en torno a 30 minutos para su correcto secado y consolidación de la unión de las piezas. Se finaliza dicho secado con la ayuda de un secador de aire frío.
- **Lineal de las lentes.** Se realiza el lineal donde se van a colocar las lentes con una máquina manual de tallado rotatoria.
- **Unión de patillas y marco.** La unión se hace mediante unas bisagras de madera las cuales son pegadas al marco y a las patillas. El pegado se realiza con pegamento de base de resina. Es necesario 30 minutos de secado para conseguir la correcta unión de la bisagra con las patillas y marco.
- **Segundo lijado.** Tras la completa unión de las piezas de la gafa, se realiza un lijado final manual para perfeccionar todos los cantos de la misma.
- **Esmaltado.** Posteriormente toda la gafa es esmaltada mediante un aceite mineral que permite el contacto con la piel. Dicho esmaltado se realiza con las manos (las cuales están protegidas por guantes), para evitar las señales que las brochas en ocasiones dejan sobre las superficies de madera y piedra. Tras el esmaltado, las piezas deben de ser secadas de manera natural durante unos 60 minutos.
- **Preparación de las lentes.** Antes de la colocación de las lentes, estas han sido correctamente medidas con la ranura de la gafa a ocupar y posteriormente son cortadas con una cortadora especializada en cristales.

- **Puesta de lente.** Gracias a la flexibilidad que la gafa adquiere al montar el marco con distintas capas, la puesta de la lente es muy fácil. Simplemente hay que encajarla en la ranura realizada para tal efecto. El material de las lentes es de policarbonato, que es más ligera que la de cristal y más resistente a cualquier impacto.
- **Alineamiento.** Una vez finalizado el proceso productivo de la gafa se comprueba la alineación de la misma. En este caso la gafa va a tener un marco plano, dado el uso de los materiales a utilizar. En la imagen número 1 se observa una lente con el marco plano.
Se comprueba el alineamiento del marco de modo visual y gracias a la ayuda de una regla, así como el alineamiento vertical, comprobando que las lentes están ubicadas a la misma altura en consonancia con la línea datum.
A continuación se verifica el alineamiento de las varillas mediante el ajuste del ángulo del talón y el ángulo pantoscópico. Para comparar el ángulo pantoscópico en ambos ojos, basta con poner la montura sobre una superficie plana. El ángulo pantoscópico de *Natural Glasses* es de 5° así como las varillas de las gafas tienen que contactar con la superficie plana para su correcta alineación.
- **Grabado en patillas.** Una vez finalizada la gafa de sol de piedra y madera, se procede al grabado de las patillas de las gafas. En la parte externa de las patillas se realiza el grabado mediante un punzón eléctrico. El logotipo consiste en el marcado “NG” de *Natural Glasses*. Se procede después a pintar de un color negro mate dichas letras para que resalte y después es secado.

E. Diferenciación.

La diferenciación de la actividad de negocio exportable es y se consigue gracias a las siguientes cuestiones:

1. **Composición de la gafa al 100% de materiales naturales (incluida la bisagra).** La gafa no contiene ningún elemento no natural, así como dichos materiales conservan su aspecto natural confiriéndole carácter de naturalidad a la gafa. Se denotan los surcos que la piedra tiene de manera natural así como las vetas propias de la madera. Su valoración proviene del propio uso de materiales 100% naturales así como de la originalidad en la composición de la gafa, de la propia mezcla de piedra y madera, y del acabado ligero de una pieza que puede parecer pesada e incómoda pero es igual de práctica y cómoda que cualquier otra gafa de otro material.
2. **Elaboración artesanal de cada pieza.** Todas las fases del proceso productivo contienen un alto porcentaje de trabajo manual y por tanto cada gafa es una pieza de artesanía. La valoración proviene de la apreciación de un trabajo artesanal que denota acabados profesionales. También del valor añadido que añade a una gafa de sol de materiales naturales el hecho de que sean artesanas.
Los datos analizados muestran que alrededor de unas 5 empresas en el mundo, realizan gafas de piedra y madera bajo mediante técnicas artesanales como *Natural Glasses* realiza.
3. **Diseño exclusivo.** Cada gafa es una pieza única, dado que no existen dos modelos iguales aun cuando se haya utilizado la misma pieza de piedra y/o madera para su elaboración. Esto se caracteriza por los propios materiales naturales que se usan en la producción de las gafas de sol. Este elemento diferenciador es motivo de la valoración del diseño exclusivo de cada pieza.

F. País destino de la Exportación.

El análisis y selección del país destino de la exportación se ha basado en las consideraciones que se explican seguidamente.

- **Grupo de países de partida.** El grupo de países de partida son aquellos países de mayor consumo de productos ópticos:

Tabla 1: Valoración del sector artesanal en Europa

Países	Gasto per cápita en productos de óptica
Francia	80€
Alemania	56€
Reino Unido	43€
Italia	41€

Fuente: The European Optical Market 2010-2011.

- **Requisitos Imprescindibles.** Dado que estamos trabajando dentro de los países de la Unión Europea, no existe ningún impedimento a la exportación. La comercialización de gafas de sol de madera y piedra se puede realizar sin obstáculo alguno en todos los países miembros.

Todos los países cumplen con la Legislación Comunitaria - 89/686/CEE sobre Equipos de Protección Individual que garantiza que las gafas de sol cumplen con los requisitos esenciales que dichos EPI deben cumplir tanto para su producción como comercialización.

- **Criterios Importantes.** Con respecto a los criterios importantes de la empresa son los siguientes:

Los datos analizados para la valoración (V) y ponderación (P) de dicha gráfica se pueden observar en el Anexo I: Criterios Importantes.

El uso de cada una de estas variables se justifica a continuación:

- 1) Número de horas solares anuales. El número de horas solares por país, es un dato importante puesto que el mayor o menos uso de las gafas de sol, va muy asociado al número de horas solares de cada país/región así como a la intensidad de los rayos del sol. Dicho hábito de consumo está estrechamente relacionado con la climatología, de ahí que se considere importante para el análisis del país destino de la exportación.
- 2) Países con alta tradición artesanal. Aquellos países con tradición artesanal, van a ser países que más van a valorar los productos artesanos en comparación con aquellos que no tienen una industria artesana desarrollada. Países que fomentan más dicho gremio, podrán tener un mayor interés hacia el resultado de los trabajos desarrollados así como al resultado, de ahí que se considere importante la tradición artesanal de los países a analizar.
- 3) Ranking de países más innovadores. Puesto que el producto que se va a comercializar es innovador, se ha determinado que aquellos países más innovadores podrán valorar el resultado del trabajo realizado. Al igual que ocurre con la tradición artesana, países con alto nivel de innovación así como formación en dicha materia, pueden tener una mayor apreciación del producto resultado del proceso productivo.

- 4) Nivel de renta per cápita. El nivel de renta per cápita puede aportar información valiosa sobre el poder adquisitivo de la población del país seleccionado. En ninguno de los países objeto del análisis el índice de Gini es muy elevado (Francia 0.305, Alemania 0.283, Italia 0.319 y Reino Unido 0.328), por lo que no se considera que haya un reparto de la renta per cápita no equitativo entre la población, y por tanto el nivel de renta per cápita es representativo del país.
Aunque la renta de dichos países sea importante para el análisis hay que tener en cuenta que luego será el consumidor final quien decidirá realizar la compra y no siempre el motivo de la misma va a estar asociado a la renta que este posea.
- 5) Volumen de población entre 15-54 años. Se considera que el segmento de mercado que consumirá las gafas de sol de piedra y madera se encontrará entre el tramo de edad comprendido entre 15 y 54 años aproximadamente, tanto hombres como mujeres. De ahí el que se incluya el criterio como uno importante, aunque no es un criterio determinante.
- 6) Países mayores importadores de productos ópticos. Se considera que es importante conocer aquellos países cuyo volumen de importaciones de productos ópticos es mayor o menor. Si el volumen de importación de un país es alto puede significar que tienen una mayor dependencia de mercados exteriores y por tanto de la importación. De ahí la importancia a la hora de valorar con la mayor puntuación esta variable con respecto a las otras.

Tabla 2: Criterios importantes, valoración y ponderación

Variable	Valoración	Alemania		Francia		Italia		Reino Unido	
	V	V	P	V	P	V	P	V	P
1.Nº de horas solares anuales	3	2	6	3	9	3	9	1	3
2.Países con alta tradición artesanal	4	3	12	3	12	3	12	1	4
3.Ranking de países más innovadores	4	3	12	2	8	1	4	4	16
4.Nivel de renta per cápita (\$)	4	4	16	2	8	1	4	3	12
5.Volumen de población entre 15-54 años sobre el volumen de población total (Millones).	2	4	8	2	4	1	2	3	6
6.Países mayores importadores de productos ópticos	5	2	10	3	15	4	20	1	5
TOTAL PUNTUACIÓN		64		56		51		46	

Fuente: Elaboración propia.

- **Ordenar países y selección del más adecuado.** La puntuación obtenida de cada país es la siguiente:

Tabla 3: Ordenación de países por puntuación.

Países	Puntuación
1.Alemania	64
2.Francia	56
3.Italia	51
4.Reino Unido	46

Fuente: Elaboración propia.

El país al que se va a exportar va a ser **Alemania**.

La ciudad a la que se va a empezar a comercializar las gafas de sol de piedra y madera es Berlín, dado que es capital del país y cuyo volumen de habitantes se sitúa en torno a 3.500.000.

G. Forma de exportar.

La forma en la que la empresa va a exportar se analiza a continuación:

Tabla 4: Forma de Exportar.

FACTORES DE DECISIÓN	VALORACIÓN	RESULTADO
1. Número de clientes	Bajo	Responsable de Exportación sin apoyo
2. Recursos del fabricante	Muchos	Responsable de Exportación sin apoyo
3. Control del mercado deseado	Alto	Responsable de Exportación sólo o Agente Comercial
4. Nivel de servicio requerido	Bajo	Responsable de Exportación sólo o Agente Comercial
5. Complejidad en la comercialización	Bajo	Responsable de Exportación sólo sin apoyo

Fuente: Elaboración propia.

El número de clientes de nuestra empresa, no será muy alto, así como el volumen de pedidos. Por lo que se determina que no será necesario apoyo en destino. Mediante la figura del Responsable de Exportación es suficiente para una correcta gestión de los consumidores finales y del punto de venta adecuado y envíos.

Los recursos con los que nuestra empresa cuenta son elevados; el volumen de recursos económicos asciende a 300.000€ entre capital y reservas, así como el volumen de recursos ajenos es tan solo de un 20% por lo que no se cuenta con un nivel de elevado endeudamiento. También se cuenta con 15 empleados en plantilla. Analizando estos datos, no sería necesaria la figura del Agente Comercial y justificaría que el volumen de recursos es alto.

En cuanto al control del mercado deseado, se requiere un nivel alto de control, pudiendo de este modo, exportar con ayuda en destino a través de un Agente Comercial. De esta manera, obtendríamos mayor información sobre el mercado exterior objetivo, y de ese modo facilitaríamos el control del mercado, así como información del sector y de otras variables de valor para *Natural Glasses*.

El nivel de servicio requerido es bajo, por lo que no sería necesaria la figura del Agente Comercial. Es necesario dar un servicio de garantía sobre aquellas gafas de sol de piedra y madera que pudieran tener algún tipo de defecto. Mediante el punto de venta se podría gestionar cualquier cuestión sobre la garantía del producto y este haría de interlocutor entre el cliente final y *Natural Glasses*. Por lo que se considera que no es necesaria la exportación con apoyo en destino.

La complejidad de la comercialización es baja, puesto que la comercialización no es muy diferente de la que se realiza en nuestro mercado local, por lo que con nuestros propios recursos sería suficiente.

Se concluye por tanto, que no será necesaria, en un principio, la colaboración de un Agente Comercial en mercado exterior objetivo.

Esta decisión se puede ver modificada una vez seleccionados los puntos de venta adecuados en los que se van a comercializar las gafas de sol de piedra y madera.

H. Mercado Exterior Objetivo.

Para la determinación del mercado exterior objetivo se llevan a cabo los siguientes pasos:

- i. Definición de variables. Se han determinado las dos variables que se han considerado se adecúan más a la forma en la que los clientes potenciales querrían consumir las gafas de sol de piedra y madera. Las variables seleccionadas han sido Tipos de gafas de sol y número de gafas en posesión.

Incidir aquí en la problemática a la hora de encontrar variables que aporten información sobre la segmentación del mercado potencial, dado que la mayoría de ellas son preferencias específicas y no variables que dividan el mercado potencial en base a necesidades y preferencias de los consumidores potenciales.

La explicación sobre cada una de las variables se muestra a continuación:

- **Tipos de gafas de sol.** Se han considerado distintos tipos de gafas de sol en función del uso que estas van a tener. Los tipos de gafas por tanto son:
 - *Gafas de sol cosméticas.* Estas ofrecen protección significativa ante el sol así como se usan como accesorio de moda.
 - *Gafas de sol de uso general.* Estas son usadas para reducir el deslumbramiento general de la luz brillante del sol.
 - *Gafas de sol especiales.* Son aquellas gafas utilizadas para realizar deporte o bien para aquellas personas que tiene un nivel de sensibilidad a la luz solar mayor al del resto de la población o con necesidades especiales por problemas de visión.
- **Número de gafas en posesión.** El número de gafas que los consumidores potenciales del mercado potencial va a tener son:
 - *Ninguna.* Aquellos consumidores potenciales que van a comprar su primera gafa de sol.
 - *Una o más de una.* Aquellos consumidores potenciales que ya tienen al menos una gafa de sol.

- ii. Elaboración de las tablas con los datos cruzados.

A continuación, se puede observar la tabla con los datos cruzados de cada una de las variables utilizadas para la segmentación del mercado potencial así como sus grupos, es decir el mercado segmentado según los criterios determinados por *Natural Glasses*.

Tabla 5: Segmentación del mercado potencial.

		TIPO DE GAFA		
		COSMÉTICA	USO GENERAL	ESPECIALES
Nº DE GAFAS EN POSESIÓN	NINGUNA	Gafas de sol de uso cosmético y no poseen ninguna	Gafas de sol de uso general y no poseen ninguna	Gafas de sol de uso especial y no poseen ninguna
	UNA O MÁS DE UNA	Gafas de sol de uso cosmético y poseen una o más de una	Gafas de sol de uso general y poseen una o más de una	Gafas de sol de uso especial y poseen una o más de una

Fuente: Elaboración propia.

iii. Análisis de las tablas.

El análisis de la tabla realizada para la obtención del segmento de mercado que más se adecúa a la diferenciación de *Natural Glasses* y que se considera más van a valorar los clientes potenciales se ha realizado en base a las siguientes justificaciones:

- Respecto al uso del tipo de gafa, las gafas de sol de piedra y madera que *Natural Glasses* elabora son de un uso mayormente estético y de moda, aunque también cumplen la función del uso general que es para proteger de las radiaciones solares. El consumidor potencial va a valorarla más por su diferenciación en cuanto a materiales, originalidad, elaboración artesanal (en definitiva moda y estética) que en sí por la protección solar que la misma presta, aun cuando esta también cumple a la perfección la función de protección. Se descartan por tanto los segmentos de uso general.
- No son gafas para un uso especial como son una extra protección solar y/o problemas de visión así como para la práctica de cualquier tipo de deporte. Por lo que los segmentos de usos especiales no serían los que pudieran valorar más la diferenciación de *Natural Glasses*.
- En cuanto al número de gafas que poseen los consumidores del mercado potencial, el objetivo de compra cambia cuando dichos consumidores van a comprarse su primera gafa, siendo el objeto de la compra la adquisición de la gafa de sol para uso general, es decir para protegerse del sol. Mientras que cuando los consumidores del mercado potencial cuentan ya con al menos una gafa de sol, el objetivo de compra va a ser más por motivos estéticos y de moda, que por protección de los rayos de sol. Buscan por tanto una gafa de sol diferente a la/s anterior/es y por tanto el criterio es más cosmético que por uso general. Buscan una variación sobre lo que había sido la/s adquisiciones anterior/es.
- El segmento de mercado que más va a valorar la diferenciación de *Natural Glasses* es claramente uno en el que la estética y moda sea valorada. La propia composición de la gafa con materiales naturales, la elaboración artesanal y el diseño único derivado de la naturalidad de los elementos que la componen hacen que la gafa sea valorada por un segmento que elija una gafa como accesorio de moda.
- Por tanto, el segmento de mercado que va a valorar más nuestra diferenciación van a ser los consumidores de gafas de sol por uso cosmético y que tienen ya al menos una gafa en propiedad, por lo que los consumidores buscan la adquisición de una nueva gafa de sol y con características lo más diferentes posibles a la primera/anterior. Estos son los consumidores potenciales y por tanto el segmento de mercado exterior objetivo al que *Natural Glasses* va a exportar.

iv. Estimación del tamaño de cada segmento de mercado.

Tabla 6: Estimación del tamaño de los segmentos de mercado.

		TIPO DE GAFA		
Nº DE GAFAS EN POSESIÓN		COSMÉTICA	USO GENERAL	ESPECIALES
	NINGUNA	5%	15%	5%
	UNA O MÁS DE UNA	25%	45%	5%

Fuente: Elaboración propia.

Los datos con los que se cuentan para la estimación del tamaño de los distintos segmentos del mercado potencial son:

- El porcentaje de población en Alemania que practica más de 2 horas de deporte a la semana es del 21.6%.

El volumen de habitantes en Berlín es de 3.500.000 habitantes, por lo que tan solo 756.000 practican deporte. De las cuales se estipula que el 50% utiliza gafas de sol, siendo por tanto 378.000 habitantes los usuarios de gafas de sol deportivas. Se estipula, por tanto que son el 10% del mercado potencial en el cual, el 5% no tiene ninguna gafa y de realizar su primera compra sería deportiva y el otro 5% ya posee una o más de una.

La cifra de personas con necesidades especiales se considera insignificante, por lo que se tiene en cuenta tan sólo a los consumidores potenciales de gafas de sol para prácticas deportivas.

- La media de gafas de sol que poseen los ciudadanos europeos es de 2 gafas por persona. Por tanto, se establece que el 25% de la población berlinesa no posee ninguna gafa de sol, a diferencia del 75% donde sí se posee una o más de una.

Extrapolado a la ciudad de Berlín, se considera que el 25% posee una o más de una y el uso es cosmético, mientras que el uso general representa un 45% del mercado potencial.

- Con respecto a aquellos que no poseen ninguna, se estipula que el 5% realizarían la compra de su primera gafa de sol por cosmética, así como el 15% lo haría por motivos generales. El 5% por motivos especiales como se ha indicado con anterioridad.

Los datos reflejados en la tabla son por tanto las aproximaciones que se han realizado del tamaño de cada segmento. Por lo que el tamaño del segmento de mercado al que *Natural Glasses* se va a dirigir es del 25% del mercado potencial.

I. Objetivos de Mercado.

El objetivo de nuestro mercado exterior objetivo durante el primer año de exportación es:

Tabla 7: Objetivos de Mercado.

OBJETIVO	TIPO DE OBJETIVO	PLAZO
Conseguir un volumen de ventas de 0.039% en mercado exterior objetivo.	Cuantitativo	1 año

Fuente: Elaboración propia.

El volumen de producción medio de una pyme se ha obtenido gracias a la colaboración de una marca que realiza la misma producción de gafas de sol que *Natural Glasses*. El volumen mensual de producción de gafas de sol es de 100 unidades, información obtenida a través de un contacto telefónico con la marca Laveta, de Málaga, empresa productora de gafas de sol de materiales naturales. Por tanto, teniendo en cuenta esa información, se establece el objetivo de mercado.

A continuación se explica el objetivo de mercado planteado para el primer año de exportación.

- El volumen de facturación en el sector óptico en Europa es de 15 millones de €. Alemania representa el 31.7% de dichas ventas (4.755.000 millones de €), y el 15% de la facturación total son la venta de gafas de sol en Alemania suponiendo por tanto 713.250 millones de €. Extrapolado este dato a la ciudad de Berlín, representa un volumen de facturación de 31.205 millones de €. (Supone un 0.7% sobre el total de facturación en Alemania).
- El volumen de habitantes de Alemania cuya edad está comprendida entre 15 y 64 años es de 42.247.940, y extrapolado dicho dato a Berlín, se estima que 1.850.000 habitantes son los que tienen edades comprendidas entre 15 y 64 años en la capital berlinesa.
- Puesto que la media de gafas de sol por persona es de 2, esto nos da un total de 3.700.000 unidades de gafas en total.
- Nuestro segmento es del 25% sobre el mercado potencial, lo que significa que 925.000 unidades de gafas de sol sería el máximo de gafas que podríamos comercializar. Cubriríamos así el segmento de mercado al completo.
- El volumen medio de producción de una Pyme como *Natural Glasses* es de 100 gafas de sol al mes. Siendo por tanto 1.200 gafas al año.
- La capacidad ociosa de *Natural Glasses* es de un 30%, por lo que esto supone un volumen de 360 unidades de gafas de sol de piedra y madera a comercializar en mercado exterior objetivo.
- Nuestra capacidad ociosa representa el 0.039% del volumen de ventas en mercado exterior objetivo. El objetivo de *Natural Glasses* es por tanto alcanzar un volumen de ventas del 0.039% en mercado exterior objetivo, lo que supone la venta de 360 unidades físicas.

J. Preferencias específicas del Mercado Exterior Objetivo.

No se han encontrado las preferencias específicas del mercado exterior objetivo, pero, se cuenta con una serie de preferencias de los consumidores potenciales alemanes en materia de gafas correctoras así como gafas de sol. Dichas preferencias son:

- Preferencia 1: El tiempo medio de reemplazo de las gafas se sitúa en torno a 3 años. “Length of replacement. We assume these drivers remain constant out to 2025 with a three-year replacement cycle and a 90% renewal rate, which is the global average. The risk here is to the upside, as the increasing fashion content of eyewear is leading to a reduction in the eyewear replacement cycle as could increasing global incomes.” **Europe: Branded Consumer Goods: Eyewear, Germany and US**”.
- Preferencia 2: Posesión de más de una gafa. “Consumers often buy multiple pairs with promotions encouraging customers to view glasses as a multiple purchase item like shoes”. **Europe: Branded Consumer Goods: Eyewear, Germany and US.**
- Preferencia 3: Lentes antirreflejantes. “There is a clear divergence within developed markets. 89% of lenses in developed Asia are anti-reflective, 75% in Germany, but only 32% in North America”. **Europe: Branded Consumer Goods: Eyewear, Germany and US.**
- Preferencia 4: Gafas de sol con un toque deportivo. “It's cool to wear a pair of sunglasses that have a hint of active sport styling. Sporty wrap-around--oblong or asymmetrical shapes--are very trendy”. **Eyecarebusiness.**
- Preferencia 5: Gafas como elemento de moda y de marca. “Many consumers perceived spectacles not only as a form of vision correction but also as a fashion accessory. A wide range of consumers became increasingly interested in spectacle frames from fashionable designer collections”. **Spectacles in Germany. Euromonitor International.**
“The growth of fashionable eyewear, with collections of spectacles and frames from leading designer labels such as Calvin Klein, Dunhill and Ray-Ban, was apparent in 2013. Within eyewear, these designers and other fashion brands promoted their innovative new ranges of spectacles and frames, thus further boosting consumer demand for fashionable eyewear products. Consequently, there was a strong focus on brands as fashion-conscious consumers across all age groups stress design as an important factor when making their purchasing decisions”. **Eyewear in Germany. Euromonitor International.**
- Preferencia 6: Lugar de compra: comercios especializados en salud y belleza. “Health and beauty specialist retailers remained the largest distribution channel for eyewear in Germany in 2013, although internet retailing continued to gain ground as a greater number of consumers shopped online”. **Eyewear in Germany. Euromonitor International.**
- Preferencia 7: Gafas de materiales novedosos, artesanos y naturales. “Generally speaking, some of the trends we already saw last year in Mido and Silmo are consolidating and more companies are adapting to produce eyewear with materials that have just become more “trendy” for the market”.

“Also, we are glad to see that companies are showing a bit more awareness for ecofriendly and ecosustainable materials and production”.

“In the last three years, wood have slowly but steady increased its popularity in the eyewear world: its lightness, nice feeling to the touch and infinite shades of colors and finishes are probably the main reasons why it tickled many brands to jump on the “wooden train” and craft their own variations on this beautiful natural material”.

“The most surprising and raising trend, however, are frames made out of natural buffalo horn. This looks like the year of buffalo horn. A very elegant and luxurious material that we saw both in very polished frames but also in more aggressive styles when scratched and hand-refined or treated in different ways”. **The Journal, Trend Report Optic 2014 Munich.**

Dado que las preferencias encontradas han sido de Alemania, para verificar por tanto las preferencias específicas de los berlineses, sería necesaria una visita a dicha ciudad para analizar las preferencias de los consumidores potenciales de nuestro mercado exterior objetivo.

Estrategia de Comercialización.

A. Producto Global Adecuado.

El análisis realizado así como la determinación del Producto Global Adecuado es mostrado en este epígrafe, también las diferencias entre el producto en mercado local y en mercado exterior objetivo.

El producto descrito es el producto que ya se comercializaba en nuestro mercado local. En cuanto al mercado de destino, se adecúa a las preferencias analizadas de nuestro mercado exterior objetivo.

Tabla 8: Producto Global Adecuado

PRODUCTO GLOBAL ADECUADO	MERCADO LOCAL	MERCADO EXTERIOR OBJETIVO
Producto Básico	Tamaño: 30 gr	Tamaño: 30 gr
	Dimensiones: 51x43x20 mm y 140mm las varillas. Véase imagen 8.	Dimensiones: 51x43x20 mm y 140mm las varillas. Véase imagen 8.
	Forma: sólido.	Forma: sólido.
	Diseño: Wayfarer.	Diseño: Wayfarer.
	Modelo: Unisex	Modelo: Unisex
	Color: grisáceo en dos tonos, claro y oscuro. Material pizarra tanto blanca como negra.	Color: grisáceo en dos tonos, claro y oscuro. Material pizarra tanto blanca como negra.
	Lentes: polarizadas de color gris oscuro. Óptica Carl Zeiss.	Lentes: polarizadas de color gris oscuro. Óptica Carl Zeiss.
	Etiqueta legal marcado CE y con el nivel de radiación solar: bajo la normativa española y europea. Véase Anexo II: Mercado CE gafas de sol.	Etiqueta legal marcado CE y con el nivel de radiación solar: bajo la normativa española y europea. Véase Anexo II: Mercado CE gafas de sol.
	Etiqueta informativa: etiqueta pegada en la lente indicando que son lentes polarizadas.	Etiqueta informativa: etiqueta pegada en la lente indicando que son lentes polarizadas.
Elementos Agregados	Envase: funda de tela y gamuza limpiadora de gafas. Véase imagen 7.	Envase: funda de tela y gamuza limpiadora de gafas. Véase imagen 7.
	Envase: caja de madera tipo cofre de madera de abedul con el nombre de la marca “Natural Glasses” pegado a base de láminas de piedra de pizarra. Medidas: 25x76x175 mm. Peso 0.15 Kg. Véase imagen 9.	Envase: caja de madera tipo cofre de madera de abedul con el nombre de la marca “Natural Glasses” pegado a base de láminas de piedra de pizarra. Medidas: 25x76x175 mm. Peso 0.15 Kg. Véase imagen 9.
Servicios de Apoyo	Folleto informativo: escrita en español sobre el cuidado de las gafas de sol. Véase el punto ii: Garantía y recomendaciones de uso.	Folleto informativo: escrita en alemán sobre el cuidado de las gafas de sol. Véase el punto ii: Garantía y recomendaciones de uso.
	Servicio de garantía y reparación ante daños y/o defectos de fabricación. Véase el punto ii: Garantía y recomendaciones de uso.	Servicio de garantía y reparación ante daños y/o defectos de fabricación. Véase el punto ii: Garantía y recomendaciones de uso.

Fuente: Elaboración propia.

La etiqueta legal de la gafa, vendrá pegada en el cristal de la gafa de sol indicando el marcado CE así como el número de graduación de protección solar que esta contiene (un nivel 3 en este caso). Se puede mostrar un ejemplo de la etiqueta de la gafa de sol en el Anexo II: Marcado CE gafas de sol.

Tal y como se muestra en la tabla 8, Producto Global Adecuado va a sufrir escasas variaciones en mercado exterior objetivo con respecto a mercado local. Aun así, las variaciones aquí indicadas podrían ser mayores dado que no se han conseguido las preferencias específicas del mercado exterior objetivo y por tanto, es necesario un estudio en destino del mercado exterior objetivo para saber con exactitud las preferencias de los consumidores potenciales de este.

Incidir en las preferencias de gafas de sol con formas asimétricas, así como la relación entre cristales anti reflejantes (propios de gafas correctoras), pero su traslado a gafas de sol, son lentes polarizadas, donde el nivel de reflejo es inferior a las lentes normales.

i. Visualización de producto global adecuado:

El producto global adecuado se observa a continuación:

Imagen 7: Producto básico



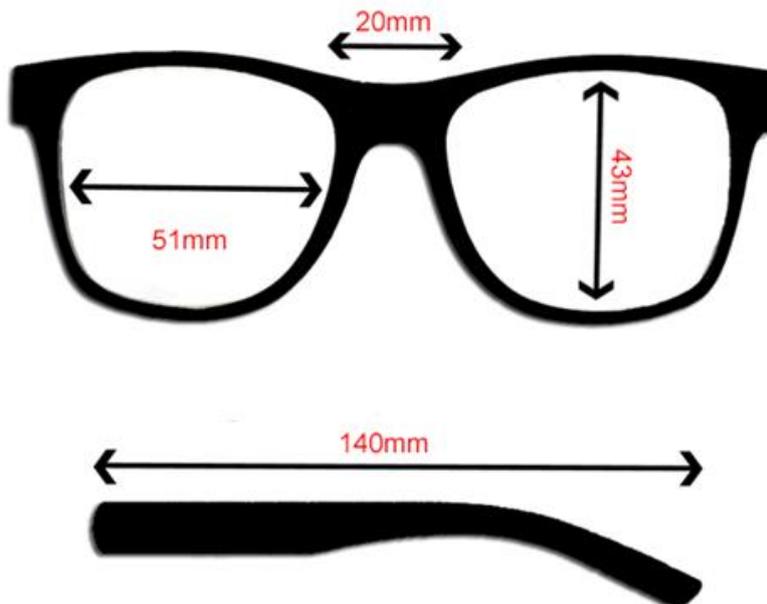
Fuente: Shwoodshop

Imagen 8: Elementos básicos, funda de tela y gamuza limpiadora.



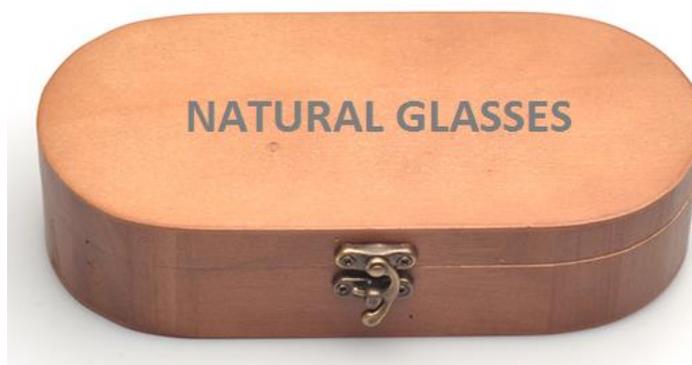
Fuente: Elaboración propia

Imagen 9 Medidas Gafas de Sol



Fuente: Rayban Sunglasses.

Imagen 10: Elementos agregados, Funda de gafas de sol *Natural Glasses*.



Fuente: Alibaba

ii. Garantía y Recomendaciones de Uso.

Natural Glasses proporciona dos años de garantía por defecto de fabricación desde la fecha de su adquisición. La garantía no cubre los defectos ocasionados por el uso normal, accidentes (aplastamiento, caídas, golpes o ralladuras en las lentes), así como el mal uso o uso abusivo de la montura y las lentes; ni alteraciones, reparaciones o manipulaciones sin previa autorización de *Natural Glasses S.L.*

Las gafas de sol *Natural Glasses* están fabricadas con piedra y madera específicamente estudiadas para garantizar ligereza, comodidad y durabilidad. Aun así debemos tener en cuenta que las propiedades específicas de la madera ofrecen una resistencia mecánica menor a la de otros materiales utilizados en la elaboración de este tipo de productos.

Si la gafa de piedra y madera sufre algún daño, no causado por defecto de fabricación, dentro de los 2 años de garantía, y si el cliente así lo desea, se podría reemplazar la gafa completa o reparar la parte afectada, teniendo en cuenta que los gastos de envío correrán a cargo del cliente, así como los costes de reparación.

Recomendamos ponerse las gafas *Natural Glasses* con las dos manos evitando torsiones excesivas. Guarde siempre las gafas después de utilizarlas en su estuche original y evite llevarlas sin protección en el pelo, bolsillos, mochilas, cuellos de camisas, etc.

No es recomendable la exposición de sus gafas *Natural Glasses* a condiciones extremas de temperatura así como humedad.

Evite el contacto prolongado de sus gafas con cualquier tipo de líquido.

B. Puntos de Venta Adecuados.

No se cuenta con información específica del tipo de punto de venta en el que compran los consumidores potenciales del mercado exterior objetivo, sino de los puntos de venta en los que los consumidores del mercado potencial prefieren comprar las gafas de sol de piedra y madera.

El lugar de consumo entre dichos consumidores del mercado potencial apunta a los establecimientos especializados como son ópticas así como tiendas especializadas en productos de moda como boutiques o “Street Premium” (tiendas donde el consumidor puede encontrar junto a una amplia gama de ropa también complementos como gafas de sol, relojes y artículos de bisutería).

Se realiza un análisis del punto de venta adecuado donde se van a comercializar las gafas de sol de piedra y madera que *Natural Glasses* elabora. Este tipo de punto de venta adecuado que se va a analizar para esta estrategia de exportación va a ser un punto de venta especializado en óptica, es decir, ópticas adecuadas al posicionamiento que la gafa de sol de piedra y madera tiene así como al segmento de mercado al cual se dirige *Natural Glasses*.

Este tipo de punto de venta se considera que es el lugar habitual de compra de las gafas de sol, puesto que en dichos establecimientos especializados, los consumidores potenciales obtienen un asesoramiento adecuado para la compra de sus gafas en base a la anatomía del rostro y al uso de las mismas.

Aun así, antes de ejecutar la presente estrategia de exportación, sería necesario un análisis de los puntos de venta adecuados en Berlín, para concretar el lugar donde compra nuestro meo productos como las gafas de sol de piedra y madera de *Natural Glasses*.

Se analizan a continuación las ópticas existentes en la ciudad de Berlín:

Tabla 9: Listado de puntos de venta especializados en óptica

Nombre del establecimiento	Tipo de Punto de Venta	Gama de Productos	Número de establecimientos	Actividad	Área de ubicación	Observaciones
1. Lunnettes Kollektion	Tienda especializada	Gafas y gafas de sol para todos los públicos. Productos artesanales y de materiales y diseños novedosos. Casi todos los productos son unisex. “Vintage Eyewear” denominan a sus productos.	2	Productora, importadora y comercializadora	Mitte	Ha recibido menciones especiales en revistas de moda internacionales: Vogue, Eyewear, Elle, entre otros. Realizan colecciones especiales con diseñadores.
2. Ic! Berlin	Cadena de ópticas	Gafas y gafas de sol para todos los públicos sin tornillos ni soldaduras. Productos “Hand Made”.	37	Productora y comercializadora	Todos los barrios de la ciudad	Cuenta con tiendas por toda Europa.
3. Eyesland Optic	Tienda especializada	Productos ópticos y optométricos para todos los públicos. Gafas de marcas de diseñadores internacionales.	1	Importadora y comercializadora.	Schöneberg	
4. Funk Optic	Tienda especializada	Gafas y gafas de sol para adultos.	4	Productora y comercializadora	Mitte, München, Kinsau	
5. Mykita	Cadena de ópticas	Gafas y gafas de sol para adultos. Productos artesanales y de diseños novedosos.	18	Productora y comercializadora	Principales barrios de la ciudad	Realizan colecciones especiales con diseñadores. Tienen presencia en 70 países.
6. Oliver People	Cadena de ópticas	Gafas y gafas de sol para adultos. Productos “Hand Made”.	10	Productora, y comercializadora	Principales barrios de la ciudad	Tienen presencia en 46 países.
7. Campbell	Tienda especializada.	Gafas y gafas de sol para adultos. Productos “Hand Made” y de diseños novedosos.	2	Productora y comercializadora	Mitte y Kurfürstendamm	Productores de gafas desde 1816. Tiene presencia en Nueva York y Florida.

Natural Glasses - NG

Nombre del establecimiento	Tipo de Punto de Venta	Gama de Productos	Número de establecimientos	Actividad	Área de ubicación	Observaciones
8. Fielmann	Tienda especializada	Productos ópticos y optométricos para todos los públicos. Productos de diversas marcas tanto nacionales como internacionales.	25	Importadora y comercializadora.	Principales barrios de la ciudad	
9. Alain Mikli	Tienda especializada	Gafas y gafas de sol para adultos.	1	Productora y comercializadora.	Schöneberg	Diseñador francés con presencia en 7 países. También tienen colecciones de complementos.

Fuente: Elaboración propia.

Se establecen los criterios que se van a tener en cuenta a la hora de elegir el establecimiento adecuado a las gafas de sol de piedra y madera de *Natural Glasses*.

Dichos criterios son:

- Debe ser una óptica independiente.
- Debe comercializar productos importados de otros países.
- No debe fomentar exclusivamente su propia marca.

Teniendo en cuenta dichos criterios, nos centraríamos en analizar en más detalle los siguientes puntos de venta para obtener el punto de venta adecuado en el que comercializar las gafas de sol de piedra y madera:

Estos establecimientos son los únicos de Berlín que permiten la importación de productos de otros países, por lo que se continúa con ellos para el análisis siguiente:

- Lunnettes Kollektion
- Eyesland Optic
- Fielmann

Estos tres establecimientos son establecimientos independientes, pero entre estos, se decide que el punto de venta adecuado va a ser **Lunnettes Kollektion**. Los motivos son los siguientes:

- Posee una gama de gafas de sol más acorde a las gafas que *Natural Glasses* elabora, en cuando a estilo, originalidad e innovación. El estilo de su gama de productos es denominado por ellos “vintage” pero a la vez usa materiales y formas más novedosas que los otros dos. Comercializa colecciones de gafas con un punto más innovador a diferencia de los otros dos, donde las gafas que se encuentran son de firmas grandes y habituales que son fácilmente localizables en cualquier establecimiento de productos ópticos.
- Sus gafas son unisex, al igual que las gafas que *Natural Glasses* elabora.
- También, la ubicación de los establecimientos de Lunnettes Kollektion se sitúa en áreas habituales de compras pero donde predominan las tiendas y establecimientos independientes, así como la gama de productos de esta zona tiene un carácter tipo del tipo alternativo y por tanto cuentan con un toque de distinción.
- Se ha realizado un análisis también del riesgo que la empresa podría asumir con *Natural Glasses* a través de Crédito y Caución, y se ha obtenido un volumen medio, entre 20.000 y 30.000€. Por lo que se confirma Lunnettes Kollektion como punto de venta adecuado. Para ver el correo electrónico que verifica dicha información, véase el Anexo III: Consulta Crédito y Caución.

En el Anexo IV se pueden observar imágenes del punto de venta.

C. Canal Comercial

Referente al canal comercial, y para introducir las gafas de sol de piedra y madera de *Natural Glasses*, el modo de introducción sería canal indirecto corto, puesto que Lunnettes Kollektion sería el punto de venta y punto de enlace entre *Natural Glasses*, la empresa productora y el cliente final.

No sería por tanto necesaria la figura de agentes comerciales ni ningún otro tipo de intermediario para realizar la exportación.

D. Instrumentos de Promoción Exterior.

La promoción analizada para dar a conocer las gafas de sol de piedra y madera en mercado exterior objetivo, así como transmitir a nuestros compradores potenciales la diferenciación de las gafas de sol de piedra y madera de *Natural Glasses* son analizados en este epígrafe.

Dada el desconocimiento sobre los materiales, montaje así como uso de las gafas de sol de piedra y madera así como del proceso de producción de las mismas, es necesario hacer llegar a los consumidores finales toda la información de nuestro proceso productivo.

Los instrumentos analizados y que van a ser utilizados para la promoción exterior de la gafas de sol de piedra y madera de *Natural Glasses* son comunes y de fácil acceso para cualquier perfil de consumidor final.

Los distintos instrumentos de promoción exterior que *Natural Glasses* va a desarrollar son mostrados a continuación:

Tabla 10: Instrumentos de Promoción Exterior

Punto de Contacto	Instrumento de Promoción	Descripción
• Punto de Venta	1. Cartel	Cartel ubicado junto al expositor con las gafas de piedra y madera donde se muestren las mismas.
	2. Expositor	Expositor individual para mostrar las gafas así como su funda de madera y piedra.
• Web	1. Información general de la empresa	La página web será con dominio “.es” en la que a través de la Home se podrá acceder a la web en alemán. También a través del dominio “.de”.
	2. Proceso productivo	
	3. Colección	
	4. Lookbook	
	5. Encuéntranos	
	6. Contacto	
	7. FAQ	
• Ferias especializadas del sector	1. Opti Munich 2015	Feria internacional del sector óptico en Munich. En la feria habrá más instrumentos promocionales como el folleto (véase Imagen 11) y vídeo demostrativo del proceso productivo artesanal de cada gafa de sol de piedra y madera que <i>Natural Glasses</i> elabora. La duración del mismo será de unos 3 minutos.
• Producto Global Adecuado	1. Envase y elementos del envase	Esta información se ha descrito en el punto anterior Producto Global Adecuado. Donde se puede observar el diseño final del producto, envases, etiquetas e información adicional así como la información que se va a incluir. Para ello véase el punto A) Producto Global Adecuado.
	2. Envase adicional	
	3. Etiqueta legal e informativa	
	4. Información adicional	
• Responsable de Exportación	1. Aspecto	Mediante la imagen que el Responsable de Exportación transmite a clientes, proveedores, partners, entre otros. También se realiza promoción de la empresa. Trasladando misión, visión y valores de la empresa.
	2. Forma de hablar	
	3. Conocimiento	
	4. Tarjeta profesional	

Fuente: Elaboración propia.

Las actividades de Promoción Exterior a implementar por nuestra empresa son descritas en detalle a continuación:

- **Punto de Venta:** a través de los medios de promoción exterior en los puntos de venta, se va a realizar el modo más directo para dar a conocer las gafas de sol de *Natural Glasses*. Dichos instrumentos están orientados al estilo del punto de venta, para que esté en consonancia con la línea que el establecimiento tiene.

Los instrumentos en punto de venta serán:

1. **Cartel.** Se pondrá un cartel impreso en cartón con la imagen que a continuación es mostrada junto a las gafas de sol de piedra y madera. . Dicho cartel estará realizado de cartón, en tamaño A3 (297 x 420).

Imagen 11: Cartel promocional Natural Glasses



Fuente: Elaboración propia

2. **Expositor.** Las gafas serán mostradas en un expositor individual, donde se vean distintos ejemplares y no se mezclen con el resto de las gafas de la tienda. Se mostrará también la funda de madera y piedra que acompaña a las gafas de *Natural Glasses*.

Dicho expositor se situará junto al cartel promocional anteriormente citado.

- **Web:** Mediante la página web se permite la ampliación de la información tanto de la empresa, como del proceso productivo así como gama de productos.

Se podrá acceder a la página web a través del dominio “.es”, y dentro de la web se accederá a la misma pero en alemán. También se podrá acceder a través del dominio “.de”. Esta cuestión, genera confianza al consumidor, dado que percibe el producto como más cercano así como elimina las barreras lingüísticas a la hora de conocer el producto y la empresa. El contenido de la página web será:

1. **Información general de la empresa.** Aparecerá información tipo: quienes somos, misión, visión y valores. También aparecerán imágenes de las instalaciones, enfatizando en los talleres donde se realizan artesanalmente las gafas de sol de piedra y madera.
 2. **Proceso productivo.** Aquí se mostrará información sobre el proceso de producción así como la diferenciación de las gafas de sol de piedra y madera.
 3. **Colección.** Se mostrarán los distintos modelos de gafas de sol así como los acabados, en función de la pieza de piedra con la que se haya trabajado. También fotos artísticas con las gafas en distintos escenarios.
 4. **Lookbook.** Es un apartado donde se muestran distintas personas y con distinta fisonomía (tanto hombres como mujeres) con las gafas puestas así como se observa el resultado de la misma a cada persona.
 5. **Encuéntranos.** Directorio de puntos de venta donde se pueden encontrar las gafas de sol de piedra y madera y datos de contacto de dichos puntos de venta.
 6. **Contacto.** Formulario de contacto y datos del lugar donde se producen las gafas de sol.
 7. **FAQ.** Preguntas frecuentes sobre la calidad de la gafa de sol, las lentes y materiales así como las recomendaciones de cuidados y garantía sobre cada gafa.
- **Ferias especializadas del sector.** Participación como expositor en la feria Opti Munich 2015 que se va a realizar entre el 9 y el 11 de enero de 2015. Dicha feria es una de las más importantes en el sector óptico en Europa. Para la asistencia a la feria, se usarán también los siguientes instrumentos promocionales para promocionar mejor las gafas de sol de *Natural Glasses*.

1. **Folleto.** Folletos informativos de las gafas de sol de piedra .El formato del folleto será un díptico cuadrado de tamaño 21x21cm elaborado con papel estucado brillo. En la portada y contraportada, se verá el logo, marca, y slogan de la empresa. También aparecerá la dirección de la página web así como los datos de contacto del Responsable de Exportación.

En cuanto a las caras interiores del díptico, aparecerá información sobre:

- **Quiénes somos:** nombre de la empresa y descripción de la actividad que realizamos.
- **Nuestros productos:** imágenes y características de las gafas de sol de piedra y madera.
- **Por qué nosotros:** diferenciación de la actividad de negocio de *Natural Glasses*,
1) Composición de la gafa al 100% de materiales naturales (incluida la bisagra), 2) Elaboración artesanal de cada pieza y 3) Diseño exclusivo”.

El número de folletos a emitir será de 300 unidades en un principio para la asistencia a Opti Munich 2015.

El diseño del folleto es el siguiente:

Imagen 12: Folleto promocional Natural Glasses

...Real Stone

Natural Glasses - NG

Real Wood...

¿Quiénes somos?

- Natural Glasses es el resultado de un proyecto realizado con ilusión.
- Las únicas gafas de sol de materiales naturales provenientes de la capital del sol.
- El resultado del esfuerzo, la lucha y superación de un equipo de trabajo unido para alcanzar el éxito de este proyecto.

¿Por qué Natural Glasses?

- Por su composición al 100% de materiales naturales. Incluso la bisagra de la gafa.
- Por el trabajo artesanal de cada pieza.
- Por el diseño exclusivo de los propios materiales naturales.

Gama de Productos:

Natural Glasses – NG

Parque Tecnológico de Almería
(PITA)
Edificio Pitágoras
Avenida de la Innovación, 60. Local 2
2A, Almería.
Teléfono/Fax: +34950452070
www.naturalglasses.es

M^a del Mar Castaño Martínez
Responsable de Exportación
mmarcastano@naturalglasses.es
+34 619 079 830

Fuente: Elaboración propia

2. **Vídeo.** El vídeo será reproducido en una Tablet y se ubicará cerca del lugar donde estén ubicadas las gafas de sol de piedra y madera. Dicho vídeo tendrá una duración de 3 minutos y en él será destacada la diferenciación de las gafas de sol, 1) *Composición de la gafa al 100% de materiales naturales (incluida la bisagra)*, 2) *Elaboración artesanal de cada pieza* y 3) *Diseño exclusivo*, así como será mostrada parte del proceso productivo y las instalaciones donde se realiza cada pieza.

➤ **Producto Global Adecuado:** esta información se ha descrito en el punto anterior Producto Global Adecuado. Donde se puede observar el diseño final del producto, producto, envases, etiquetas e información adicional así como la información que se va a incluir.

➤ **Responsable de Exportación.** El Responsable de Exportación juega un papel crucial a la hora de promocionar nuestra empresa. Diversos aspectos son tenidos en cuenta a la hora de transmitir la misión, visión y valores de la empresa así como la diferenciación de las gafas de sol de piedra y madera.

1. **Aspecto y forma de hablar.** El aspecto del Responsable de Exportación junto con la forma de hablar serán cruciales a la hora de trasladar la imagen de la empresa. Este debe proyectar una imagen profesional, formal y de confianza con todas las partes interesadas. Para ello mostrará buena presencia y usará los términos adecuados y en los términos adecuados a la hora de establecer relaciones humanas y sociales.

2. **Conocimiento.** El conocimiento del Responsable de Exportación debe de ser el adecuado para las funciones a desarrollar por este, las cuales serán transmitidos diariamente durante el desarrollo de sus funciones. Algunas de sus funciones son: Elaboración de Estrategias de Exportación, negociación de condiciones comerciales, elaboración de presupuestos, seguimiento de pedidos, resolución de incidencias, medios de pago, idiomas, entre otros.

3. **Tarjeta profesional.** Este elemento es muy importante a la hora de mostrar la imagen fiel y de seriedad de *Natural Glasses*. La tarjeta profesional debe indicar los datos del Responsable de Exportación, nombre y apellidos, teléfono(s) de contacto y correo electrónico así como el nombre de la empresa, dirección web y logo empresarial. Estará impresa en alemán.

Las medidas de la tarjeta profesional son las siguientes: 85mm x 54 mm.

De los instrumentos de promoción exterior anteriormente citados, indicar que Producto global adecuado y el propio Responsable de Exportación, no son instrumentos de promoción exterior propiamente dichos. Son elementos de promoción propios de la empresa, pero no específicos para la promoción exterior. Se incluyen dentro de los instrumentos puesto que son elementos esenciales para cualquier estrategia de comercialización y para la empresa.

E. Precio y viabilidad de la Exportación.

1. Términos Comerciales.

Para la actividad de negocio que nuestra empresa desarrolla se han definido los siguientes términos comerciales así como hipótesis:

- **Transporte.** El medio de transporte que se va a utilizar para el envío de nuestra mercancía va a ser un medio de transporte terrestre. En este caso mediante camión y/o furgoneta.

La distancia a recorrer entre las instalaciones de fabricación y el mercado exterior objetivo es Almería-Berlín y son 2.661 km, permite una entrega rápida y segura por vía terrestre a la vez que económica comparada con la vía aérea.

La idea principal con este medio de transporte es que las gafas de sol lleguen en un periodo corto de tiempo así como se garantice la idoneidad del envío y correcto estado en su entrega.

- **Incoterm.** El medio de transporte que se va a utilizar es terrestre, y por tanto el Incoterm a utilizar debe estar asociado a dicho medio de transporte. Se decide utilizar **DAP (Delivered at Place)**. Con este Incoterm nos obligaríamos a entregar la mercancía en destino convenido, siendo por tanto nuestra responsabilidad su entrega hasta destino pero sin descargar. Cuestiones como el seguro correrían a cargo del importador, dado que no es obligatorio para *Natural Glasses*.

La responsabilidad y riesgo se transmitiría a su entrega en el lugar convenido en destino, a bordo del vehículo de transporte terrestre.

En este caso no sería de aplicación el despacho de aduanas, dado que estamos exportando entre países comunitarios, pero, en caso de ser necesario, el despacho de aduanas correría a cargo del exportador en país de origen.

Con este Incoterm, controlamos nosotros la agencia de transporte encargada de llevar a destino el pedido, garantizando así que sea una empresa que cumpla con plazo y forma en cada envío y prestándole al punto de venta un servicio de calidad.

- **Medio de Pago.** El medio de pago a utilizar va a ser la orden de pago. Aun siendo la primera vez que se va a exportar y por tanto se va a trabajar con este punto de venta, antes de establecer ningún tipo de acuerdo comercial se realiza un estudio exhaustivo de la situación financiera de la empresa así como su capacidad de pago y de crédito. Dado que vamos a exportar a un país comunitario, y el riesgo país es bajo no sería necesario en un principio un instrumento que ofreciera mayor seguridad. La ventaja que nos ofrece es que es un instrumento ágil y no supone un coste para *Natural Glasses* el uso del mismo.
- **Plazo de Pago.** En cuanto al plazo de pago, se estipularía un periodo entre 30 y 45 días. Este es el plazo habitual de pago en el sector óptico y optométrico.
- **Financiación.** En nuestra empresa no se ofrece la posibilidad al importador de financiación. El motivo por el que no se ofrece este tipo de servicio al importador, es que se considera que los envíos van a ser de volúmenes pequeños, por lo que el importador podrá sufragar los costes sin problema alguno.

- **Unidad Exportable.** La unidad exportable de *Natural Glasses* va a ser una caja de cartón con 10 unidades de gafas de sol de piedra y madera con su correspondiente envase contenedor (funda y caja de madera). Esta es la unidad mínima que será comercializada a mercado exterior objetivo.
Para obtener mayor información sobre la unidad exportable, medidas y volumen, véase el Anexo III: Unidad exportable.
- **Número de pedidos.** El número de pedidos mínimos es de 10 gafas de sol de piedra y madera, es decir de una unidad exportable. Por debajo de esa cifra no se podrá comercializar al punto de venta.
360 unidades de gafas de sol de piedra y madera es el volumen que se va a exportar.

2. Costes de Producción.

El precio para nuestra actividad de negocio se va a desglosar del modo siguiente:

Producto Global Adecuado.

Los costes de producción son:

- **Tablón de madera de abedul:** los tablones de madera de abedul de 1 mm tienen 220 cm de largo y 20 cm de ancho. De cada tablón se sacan aproximadamente 35 piezas para elaborar las gafas de sol de piedra y madera (teniendo en cuenta el ancho de cada gafa, que es de 5.3 cm mas un margen de 1cm entre gafa y gafa). Cada gafa lleva 3 piezas de madera, por lo que son necesarias 1.080 piezas de madera para elaborar las 360 cajas. Por tanto, son necesarios 31 tablones de madera para la elaboración de esta parte de las gafas de sol.
El precio de estos 31 tablones de madera es de 48.32€, 0.134€ el coste por unidad.
- **Tablón de pizarra:** los tablones de pizarra (sean blanca o negra) tienen medidas de 122 cm de largo, 61 cm de ancho y 1 mm de grosos. De cada panel, se pueden obtener 58 piezas de gafa bajo el mismo esquema de 5.3 cm de ancho de la gafa y 1 cm más de margen entre gafa y gafa.
Son necesarias 360 piezas, y esto supone el uso de 7 tablones de pizarra. El coste de dichos tablones asciende a 224.50€, 0.624€ el coste por unidad.
- **Funda de tela:** 360 unidades suponen un coste de 263.30€. Por tanto el coste unitario es de 0.73€.
- **Gamuza:** 360 unidades suponen un coste de 22.02€ siendo el coste unitario de 0.06€.
- **Pegamento de resina:** el coste del pegamento que se estima va a ser utilizado es de 140.12€. Esto supone un coste unitario de 0.389€.
- **Etiqueta legal del marcado CE (etiqueta adhesiva e imprimible).** El coste del rollo de 5.400 etiquetas es de 6.58. El coste unitario es de 0.018€.
- **Etiqueta lente polarizada.** Esta etiqueta se obtiene a través del proveedor de los cristales de las gafas de sol.
- **Cristales de las gafas de sol.** Falta por añadir en los costes de producción los costes de compra de los cristales. No se ha conseguido ni tan siquiera un coste aproximado de los mismos, por lo que sería un coste a añadir a este listado y por tanto a la plantilla de Estructura de Costes.

Los costes de los elementos agregados son:

- Caja de madera: 360 unidades suponen un coste total de 2.512,74\$. El coste en € es de 2,015.59. Por lo que el coste unitario sería de 5.59€ cada caja de madera.
- Etiqueta informativa: el coste de 500 etiquetas es de 68.40€, siendo por tanto 0.14€ unidad. Las etiquetas van a tener acabado mate por ambas caras y en papel couché.

Los costes de los servicios de apoyo son:

- Coste del servicio de garantía y reparación. Este servicio no supondría coste alguno, puesto que el servicio que se presta de garantía al cliente final es realizado por la empresa exportadora. El punto de venta hace aquí de un mero intermediario a la hora de gestionar cualquier tipo de cuestión relacionada con garantía, reparaciones y envíos para el tratamiento de las gafas de sol de *Natural Glasses*.

En el Anexo IV: Costes de Producción de PGA, pueden verse todos los presupuestos solicitados que verifican los costes de este apartado.

El precio Ex Work:

- El margen para cubrir costes indirectos está compuesto de: promoción, amortización de maquinaria, porcentajes sobre costes de estructura, entre otros. En nuestro caso, es de un 35%, del cual 20% pertenece a costes indirectos y el 15% al margen de beneficio sobre el producto.
- El precio de cada caja de cartón es de 0.71€. Siendo el total de todas las cajas de 257€.

El precio Incoterm DAP está desglosado en:

- El medio de pago no supone coste alguno para el exportador.
- El seguro, irá a cargo del importador, por lo que tampoco se tiene en cuenta en la estructura de costes.
- El coste de transporte del envío de una caja con 10 unidades de gafas de sol es de 55€ aparte IVA, siendo por tanto un coste total de 66.55€. Esto supondría un coste de 6.65€ por unidad. Este coste incluye la carga en el vehículo que envía la mercancía a destino.

En cuanto al precio estimado en mercado exterior objetivo y a la viabilidad de la exportación y el objetivo son:

- El importe del I.V.A en Alemania es del 19%.
- El margen a aplicar a los productos por el punto de venta es el siguiente:
- Minoristas: entre un 20-30% (Fuente: la Gaceta Óptica). Por lo que el punto de venta aplicará en torno a un 25% de margen sobre el precio de cada gafa. Siendo por tanto el precio en el punto de venta de 38.30€ cada unidad.
- Los precios de venta unitarios de cada gafa de sol de piedra y madera con I.V.A. incluido sería de $38.30 * 0.19 = 45.57€$.

En cuanto a la viabilidad de la exportación, en ambos casos la estrategia sería viable, dado que los ingresos son superiores a los costes. Esto se demuestra del siguiente modo:

Estos datos trasladados a los datos globales de producción nos dan unos ingresos y por tanto beneficios de:

-Ingresos: 30.64€

-Costes: 4.36€ (dato del margen para cubrir los costes indirectos de la exportación)

-Beneficio: $(30.64 - 4.36) * 360 = 9.460,8€$

Aun a pesar de que aparentemente la estrategia de exportación es viable, incidir en que existen costes que no se han podido estipular, por lo que no se podría afirmar con total veracidad que es viable la exportación.

Habría también que obtener presupuestos del volumen total de la exportación (360 unidades físicas) para poder hacer una comparativa real y ver cómo varían los costes e ingresos en cada caso. Comparando así los costes de una unidad física, una unidad exportable y las 360 unidades físicas totales a exportar.

3. Precios del sector.

Los precios del sector son:

- Rolf Spectacles (Austria), gafas de sol de piedra y madera tiene precios en torno a 300€ cada gafa.
- Shwood (EE. UU.), gafas de sol de piedra y madera, vende sus gafas de sol a 375€.
- Palens (Cataluña, España), gafas de sol de piedra y madera, tiene como precio de venta de cada unidad a 159€.
- Bamboo Stone (México), vende sus gafas de sol de piedra y madera a 223€.

Aparte del análisis de estos precios, que son de gafas realizadas también con materiales naturales, habría que viajar el país destino para comprobar que los precios del PVP son competitivos con los de la competencia.

De primeras y en base a dichos precios se puede por tanto concluir que los precios de *Natural Glasses* se ubican dentro de los precios del sector.

Anexos

Anexo I: Criterios Importantes.

Anexo II: Mercado CE gafas de sol.

Anexo III: Crédito y Caución.

Anexo IV: Imágenes Punto de Venta Adecuado.

Anexo V: Unidad exportable.

Anexo VI: Costes de Producción de PGA.

Anexo VII: Estructura de Costes.

Anexo I: Criterios Importantes.

Tabla 11: Criterios Importantes

Variable	Fuente	Alemania	Francia	Italia	Reino Unido
1. N° de horas solares anuales	Wikipedia	1.600-1.800h	1.800-2.000h	1.800-2.000h	1.200-1.400h
2. Países con alta tradición artesanal	L'artisanat en France et en Europe	Si	Si	Si	No
3. Ranking de países más innovadores	Johnson Corner University	9°	13°	31°	2°
4. Nivel de renta per cápita (\$)	Cía	39.500\$	35.700\$	29.800\$	37.300\$
5. Porcentaje de población entre 15-54 años	Indexmundi	52.3%	50.5%	52.8%	53.6%
6. Volumen de población entre 15-54 años sobre el volumen de población total (Millones).	Eurostat	42.247940/80.780.000	33.257.587/65.856.609	32.093.248/60.782.668	34.469.228/64.308.261
7. Países mayores importadores de productos ópticos y optométricos (En millones de USD)	Santander Trade	349	480	543	188

Fuente: Elaboración propia

A continuación se muestra la tabla con las valoraciones del sector artesanal en Europa:

Imagen13: Valoración del sector artesanal en Europa.

PAÍSES CON ALTA TRADICIÓN ARTESANAL	
<ul style="list-style-type: none"> - Alemania - Austria - Dinamarca - Francia - Italia - Luxemburgo 	<ul style="list-style-type: none"> - sector económicamente reconocido - sector estructurado mediante organismos representativos
PAÍSES CON SECTOR ARTESANO EN AUGE	
<ul style="list-style-type: none"> - Bélgica - España - Portugal 	<ul style="list-style-type: none"> - no hay definición clara de artesanado - artesanado sinónimo de tradicional
PAÍSES SIN CONSIDERACIÓN ARTESANA	
<ul style="list-style-type: none"> - Reino Unido - Irlanda 	<ul style="list-style-type: none"> - artesanado sinónimo de folclore
<ul style="list-style-type: none"> - Finlandia - Suecia 	<ul style="list-style-type: none"> - sin definición de artesanía

Fuente: L'artisanat en France et en Europe.

Anexo II: Mercado CE gafas de sol.

El Real Decreto 1407/1992, establece los requisitos legales en materia de EPI (Equipos de protección individual), y establece las disposiciones precisas para el cumplimiento de la Directiva del Consejo 89/686/CEE, de 21 de diciembre de 1989 en los estados miembros relativas a EPI.

Debe de indicarse por tanto en la etiqueta lega:

- Mercado CE
- Nivel de grados de protección solar que cubre la gafa de sol (Índice UV).

Los distintos niveles de protección UV son:

- Nivel 1-2. Nivel bajo. Adecuado solo cuando los rayos ultravioletas del sol representan un nivel bajo de peligro para la persona media.
- Nivel 3-5. Nivel moderado. Indica que existe un riesgo moderado de que la exposición al sol sin protección resulte perjudicial para la salud.
- Nivel 6-7. Nivel alto. Indica que existe un alto riesgo de que la exposición al sol sin protección resulte perjudicial para la salud.
- Nivel 8-10. Nivel muy alto. Indica que existe un riesgo muy alto de que la exposición al sol sin protección resulte perjudicial para la salud, por lo que la exposición debe ser lo mínima posible.
- Nivel superior al 11. Riesgo extremadamente alto. Este nivel de radiación solar requiere de equipos de protección individual especiales y la menor exposición posible al sol.

Imagen 14: Nivel de riesgo de peligro a los rayos ultravioletas

Color	Riesgo	Índice UV
 Verde	Bajo	< 2
 Amarillo	Moderado	3-5
 Naranja	Alto	6-7
 Rojo	Muy Alto	8-10
 Violeta	Extremadamente alto	> 11

Fuente: Qvision.

La etiqueta que la gafa de sol llevará pegada sobre el cristal se muestra a continuación, así como una pequeña explicación de cada información:

- Mercado CE
- Número de referencia a la protección de los rayos ultravioleta que ofrece.
- Normativa que cumple: EN 1836:1997.

Imagen 15: Medidas Gafas de Sol



Fuente: Qvision.

Anexo III: Crédito y Caución

Imagen 16: Consulta Crédito y Caución

De: Salvador GARCIA MERINO [mailto:salvagarciapalomares@gmail.com]

Enviado el: lunes, 17 de noviembre de 2014 16:32

Para: Maria del Mar Castaño

Asunto: Re: Crédito Lunettes Kollektion - Berlín

Respecto a Lunettes Kollektion, he podido ver algo a través del suscriptor de nuestra compañía de seguros, ya que se trata de una empresa de otro sector. Como todas las alemanas no tiene obligación de aportar datos, y así es, no aporta documentación desde el 2011.

No obstante, se trata de una compañía cuya tendencia va a la baja, tanto en ventas como en capital su tendencia es negativa. De todas formas parece que sigue manteniendo ratios adecuados de liquidez y rentabilidad. La opinión de crédito es de todas formas baja, como mucho 20.000 ó 30.000 euros.

No podemos tener una mejor información sobre todo porque es una empresa de un sector diferente al nuestro. Saludos

Fuente: Crédito y Caución

Anexo IV: Imágenes Punto de Venta Adecuado

Imagen 17: Punto de Venta Adecuado, Lunettes Kollektion





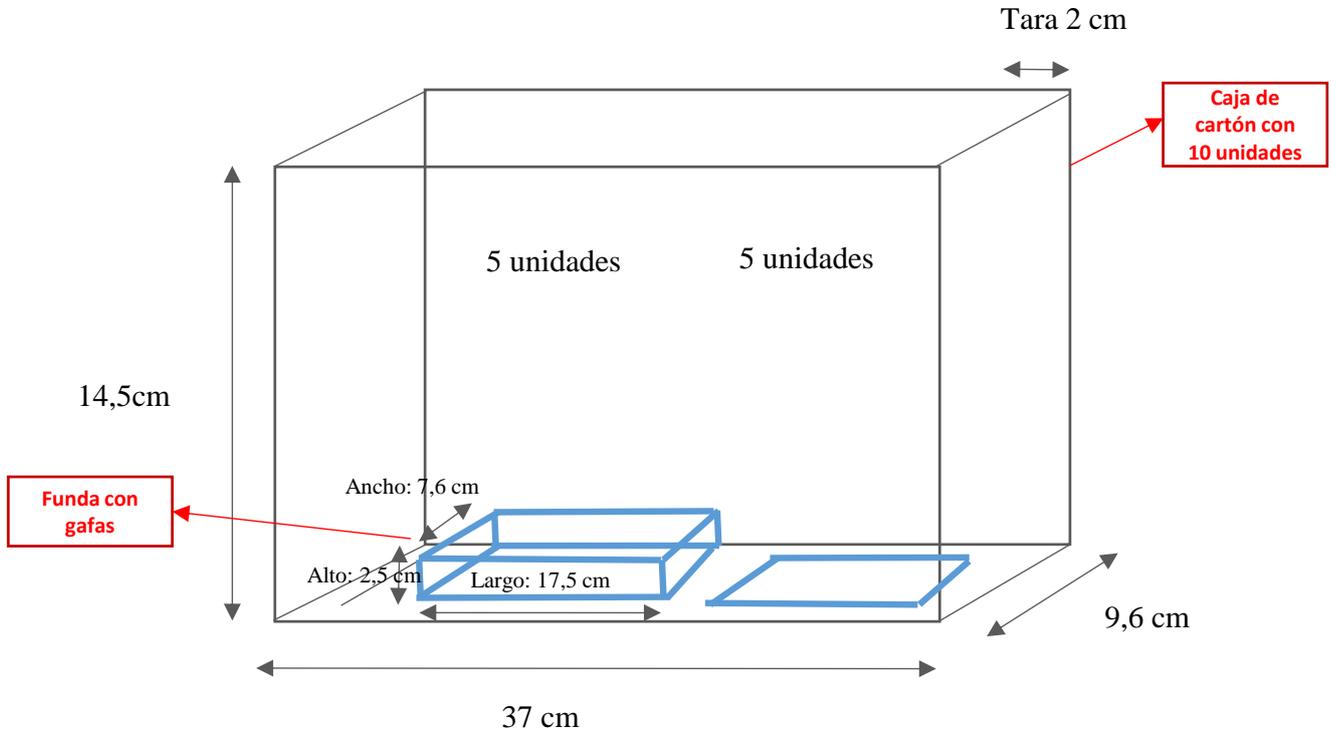


Fuente: Lunettes Kollektion

Anexo V: Unidad Exportable.

La unidad exportable así como medidas y pesos se muestra en este anexo.

Imagen 18: Unidad Exportable



Fuente: Elaboración propia

Con respecto a los pesos de cada envase así como la caja, se detallan a continuación:

- Cada gafa pesa 30 gramos.
- Cada Funda de madera 150 gramos.
- La funda de tela junto a la gamuza pesan 8 gramos conjuntamente.
- El peso neto de la caja es de 1880 gramos, aproximadamente.
- El peso bruto de la caja es de 1960 gramos (el peso de la caja vacía es aproximadamente 80 gramos).

Anexo VI: Costes de Producción de PGA

Imagen 19: Coste de las láminas de madera

Productos	Unidades	Precio
 <input checked="" type="checkbox"/> 33.017 Abedul en tablón	31 ▼	1,03 31,93
 Vaciar carrito		
Suma de productos (€)		31,93
Gastos de envío		8,00
Base Imponible		39,93
IVA		8,39
Total (€)		48,32

Destino	Península (España) ▼
Forma de pago	Transferencia bancaria ▼
Forma de envío	Paquete azul (Correos) ▼

Continuar comprando	Presupuesto	Confirmar compra
-------------------------------------	-----------------------------	----------------------------------

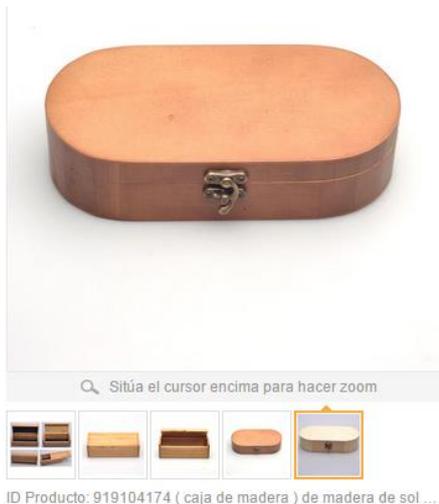
Fuente: Agullomaderas

Imagen 20: Coste de las láminas de pizarra

Cantidad	Nombre	PU	PT	
7 unidad(es)	 Lámina flexible Pizarra natural - Blanco <small>N.º de producto: NOGLs1</small>	28,50 € / unidad(es)	199,50 €	
Subtotal			199,50 €	
Código de cupón				
Forma de entrega	CBL Bilbainos o SEUR: Compra mínima de 350€, portes gratis. Menos de 350€, 25€ gastos envío. <i>Si paga con tarjeta de crédito, tiene un 2% de descuento. Recuerde que puede pagar con Paypal.</i> Cbl Bilbainos o SEUR, le entrega la mercancía sin cargos en compras iguales o superiores a 350 €. En compras inferiores a esta cantidad, el gasto de transporte será de 25 €. No mezclar en el mismo pedido, artículos con opciones distintas de transporte.		25,00 €	
<small>Agencias de transporte</small>				
Datos de la agencia de transporte.  ¿ Donde está CBL Bilbainos ?		Datos de la agencia de transporte.  ¿ Donde está SEUR ?		
Forma de pago	<input checked="" type="radio"/> Ingreso en C/C <i>Si opta por la opción de contra reembolso, tiene un coste adicional del 6% del total de la compra. Si lo hace con tarjeta de crédito, tiene un 2% de descuento del total de los artículos. Recuerde que puede pagar con Paypal.</i> Si tiene alguna duda, puede consultarnos en infor@comerciallinas.com			
<input type="radio"/> Contra reembolso <input type="radio"/> ServiRed <input type="radio"/> PayPal Pago expres				
Importe total			224,50 €	
Importe total (sin IVA): 185,54 €				
Incluido IVA de: 21 %: 38,96 €				

Fuente: Comercial Llinás

Imagen 21: Coste de caja de abedul



Precio: **US \$5.50** /unidad
Aproximadamente AU \$ 6.56 /unidad | Precio al por mayor: ▾

Envío: **US \$827.94** a Spain vía TNT ▾
Pengiriman: 3-7 días (Se envía en 7 días laborables)

Color:

Cantidad: unidades

Precio total: **US \$2,512.74** (Aproximadamente AU \$2,995.19)

[Comprar ya](#) [Añadir al carrito](#)

♥ Añadir a mi Lista de Deseos (82 veces añadido)

Promoción de la tienda: [Consigue un cupón de US \\$3](#) ▶

Fuente: Aliexpress

Imagen 22: Coste de funda de tela



10 piezas Negro Tela Suave Bolsa Gafas de sol Gafas bolsas negras

★★★★★ 100.0% compradores disfrutan de este producto (15 votos) | 44 pedidos

Precio: **€ 3,45** /lote
10 unidades / lote , € 0,36 / unidad
Precio al por mayor: ▾

Envío: **€ 140,54** a Spain via EMS ▾
Pengiriman: 5-13 días (Se envía en 7 días laborables)

Cantidad: lotes

Precio total: **€ 263,30**

[Comprar ya](#) [Añadir al carrito](#)

♥ Añadir a mi Lista de Deseos (30 veces añadido)

Fuente: Aliexpress

Imagen 23: Coste gamuza de tela



Nueva llegada 60 PC / porción Limpiador de Micro fibra herramienta de lir Pantallas Lente y pantalla táctil

★★★★★ 100.0% compradores disfrutan de este producto (10 votos) | 32 pedidos

Precio: ~~€ 4,07 /lote~~ (60 unidades / lote , € 0,07 / unidad)

Precio con descuento: **€ 3,87** /lote Quedan 17 días
Precio al por mayor: ▾

Envío: **Envío gratuito** a Spain via China Post Registered Air Mail ▾
Pengiriman: 15-45 días (Se envía en 3 días laborables)

Cantidad: lotes

Precio total: **€ 22,02**

[Comprar ya](#) [Añadir al carrito](#)

♥ Añadir a mi Lista de Deseos (51 veces añadido)

Fuente: Aliexpress

48 - Producción y Comercialización de Gafas de Sol de materiales naturales: piedra y madera. Castaño Martínez, M^a del Mar.

Imagen 24: Coste etiqueta informativa

Configuración del producto

Papel	400 g/m ² papel cuché	
Tirada	500	

Precio base (IVA no incluido): € 26,59

Opciones adicionales

Plazo de producción	3-4 días laborables	
Acabado	mate ambas caras celofar	+2 día(s) laborable(s) + € 23,04
Redondeo de esquinas	sin redondeo de esquinas	
Comprobación de datos	con comprobación de dat	+ € 6,90

Precio (IVA no incluido)	€ 56,53
21% IVA	€ 11,87
Importe	€ 68,40

incl. 21% IVA
(incl. [Envío estándar](#) para España)

Gastos envío exprés, consulte [Información de envío](#)
Peso total: 0.77 kg

Fuente: Comercial Llinás

Imagen 25: Coste pegamento de resina

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Coste						
<p>Imprimador adhesivo ITW Devcon Flexane Líquido tipo Botella. 112 g</p> <p>Código RS: 109-107 Fabricante: ITW Devcon Nº ref. fabric.: 15985 Estado RoHS: No conforme</p> <p>Vista rápida</p>	<input type="text" value="6"/> Actualizar Eliminar	19,30 € Unidad	115,80 €						
<p>Borrar múltiples </p> <p>Actualizar</p>									
Elegir entrega o puntos de recogida									
<input checked="" type="radio"/> Entrega a domicilio (Tarjeta de Crédito o Cuenta de Crédito)	Gratuito	Gratuito							
<input type="radio"/> Punto de Recogida de Madrid - Agencia MRW - C/ Antonio Lopez nº 136, 28026 Madrid	Gratuito								
<input type="radio"/> Punto de Recogida de Barcelona - Agencia MRW - C/ Tamarit, 104, 08015 Barcelona	Gratuito								
<input type="radio"/> Pedidos programados	Gratuito								
<p>Añadir código promocional </p>		<table border="1"> <tr> <td>Total productos</td> <td>115,80 €</td> </tr> <tr> <td>IVA</td> <td>24,32 €</td> </tr> <tr> <td>Total del pedido</td> <td>140,12 €</td> </tr> </table>		Total productos	115,80 €	IVA	24,32 €	Total del pedido	140,12 €
Total productos	115,80 €								
IVA	24,32 €								
Total del pedido	140,12 €								
<p> Imprimir Guardar para más adelante Enviar a un colega</p>		<p>Continuar con el pedido</p>							

Fuente: RS

Imagen 26: Coste de las cajas de cartón



Andorrana de cajas de cartón ondulado S.A.

Avda. Viñuelas N. 25.1. A
28760 Tres Cantos (MADRID)
A-82521188

Polígono Industrial "La Estación", s/n
44500 ANDORRA (Teruel)
Telf. 978 844 350 - Fax. 978 843 121

Nº Oferta:	5172	Fecha:	14/11/2014	Pag.	1
Agente: 98 PLAYA MARQUES (A.JIM)					

OFERTA
AGRICOLA NAVARRO DE HARO S.L ATT. ANTONIO
CR PALOMARES CUEVAS DEL ALMANZORZA S/N K 04618 PALOMARES (ALMERIA) Tel: 950618096 Fax: 950467392

Muy sres nuestros,

A continuación le detallamos el presupuesto solicitado esperando sea de su interés. Para cualquier aclaración no dude en ponerse en contacto con nosotros.

Producto	Descripciones	Calidad	Medida Interiores	Modelo	T.	Cantidad	Precio\1000
153890	2XGRS. 201 (B1) - Pestaña Ancho	C224	370 x 96 x 145	201 (B1)		360	257,000

El coste de clichés y troqueles no están incluidos en el precio.

Atentamente, les saluda

Dpto. Comercial

Fuente: Andopack

Imagen 27: Coste del transporte de una caja con 10 unidades

Carga	Vehículo/Peso/Volumen	Cantidad	Origen	Destino	Mercancía
Grupaje	2 kg , 0.05 m3	1 al mes	ESP Andalucía Almería	Alemania Almería	General
Bultos: 1 Cajas de cartón Medidas: 37x10x15cm			0400 24/11 Listo para cargar	30/11 Entrega Deseada	
Observaciones:					



Revisa las ofertas recibidas y contacta con los Proveedores de Transporte de tu interés

Proveedor de Transporte	Valoración ?	Precio (por viaje)	%Dif.	Otros Gastos ?	Total	%Dif.		
IBERTRANSIT WORLDWIDE LOGISTICS SA	★★★★☆ 12 contrataciones	55 €	-42%		55 €	-42%		CONTACTAR
Lamaignere Logistica S.L.	★★★★★ 3 contrataciones	95 €	0%		95 €	0%		CONTACTAR
ASR TPS	★★★★☆ 0 contrataciones	55 €	-42%		55 €	-42%		CONTACTAR

El presupuesto no incluye I.V.A. El presupuesto no incluye los posibles aranceles (a solicitar a posteriori al Proveedor de Transporte elegido).

Fuente: Mercatrans

Imagen 28: Coste etiquetas adhesivas redondas

Referencia	Descripción	Precio	Dto.	Unidades	Importe
IN-001672	Rollo etiquetas adhesivas círculo 1,5 cm	6,58 €	0,00 €	<input type="text" value="1"/>	6,58 €
<p>Los precios y las especificaciones son correctos en la fecha de publicación pero sujetos a disponibilidad o cambio sin previo aviso. Las fotografías son únicamente a modo ilustrativo, los objetos reales pueden diferir respecto a la foto. Noe, C.B. no es responsable por errores tipográficos o fotográficos.</p>				Base imponible:	5,44 €
				Impuestos:	1,14 €
				Total:	6,58 €

Fuente: Noe Didácticos

Anexo VI: Estructura de Costes.

Imagen 29: Estructura de Costes

DETERMINACION PRECIO UNITARIO PARA MERCADO EXTERIOR OBJETIVO				
Objetivos de Mercado: Unidades Estimadas Exportación y en cada Embarque	360,00		10,00	
CONCEPTO	Coste Unitario		Unidad Exportable	
Fabricación producto básico para Mercado Exterior Objetivo	1,15			
1. Producto Físico	1,15		11,40	
Madera	0,13		1,30	
Pizarra	0,62		6,20	
Pegamento	0,39		3,90	
2. Envase/Embalaje	0,73		7,30	
Funda de tela	0,73		7,30	
3. Etiquetado según ley país destino/Certificaciones requeridas para exportar				
4. Otros gastos	0,08		0,80	
Etiqueta adhesiva marcado CE	0,02		0,20	
Gamuza	0,06		0,60	
Elementos Agregados para Mercado Exterior Objetivo	11,32		114,60	
1. Nuevo diseño	-		-	
2. Información adicional	5,59		57,30	
Etiqueta informativa	0,14		1,40	
Caja de madera	5,59		55,90	
3. Otros gastos	-		-	
Servicios de Apoyo para M.E.O., a cargo de la empresa	-		-	
1. Garantía (cobertura de la garantía realizada por la empresa exportadora)	-		-	
2. Otros realizados o pagados por la empresa exportadora	-		-	
TOTAL PRODUCTO GLOBAL ADECUADO (PGA) AL M.E.O.	12,47		114,60	
Margen para cubrir costes Indirectos Exportación (% sobre P.G.A.)	4,36	35,0%	40,11	35,0%
Comisión Agente Comercial (% s. precio exportación)	-	3,0%	-	3,0%
Servicios de Apoyo y modificaciones realizadas por un tercero en destino	0,71		7,10	
1. Instalación, mantenimiento	-		-	
2. Garantía (costes que la empresa paga a un 3º, según la cobertura):				
Cajas de cartón	0,71		7,10	
3. Otros gastos	-		-	
Términos comerciales	6,55 €		66,55 €	
1. Coste del medio de pago, a cargo del exportador	6,55 €		66,55 €	
2. Coste del aplazamiento del pago ofrecido al cliente del exportador	-		-	
3. Coste de la Cobertura del Riesgo de Cambio	-		-	
PRECIO "EX WORKS"	11,62		113,76	
PRECIO "EX WORKS"	11,62		113,76	
(+) Transporte Interior en País Origen	6,55		66,55	
Transporte a destino	-		-	
(+) Gastos Almacenaje, carga y estiba	-		-	
(+) Aduana Salida y tasas puerto salida	-		-	
F.O.B	18,17		180,31	
(+) Seguro de Flete	-		-	
CIF	18,17		180,31	
(+) Derechos aduaneros de entrada de mercancía en País destino	-		-	
(+) Gastos descarga y almacenaje	-		-	
(+) Transporte Interior en Destino	-		-	
	-		-	
Otras Posiciones Incoterm: DAP	30,64		294,91	
PRECIO UNITARIO (Según términos exportación)	30,64		294,91	
Número de Unidades	360,00		10,00	
INGRESOS EXPORTACIÓN por las unidades de cada embarque	11.030,6		2.949,10	

Fuente: Elaboración propia

Bibliografía

- Garcia, G. (2014). *Valores culturales en la estrategia de los negocios internacionales: elaboración, negociación e implementación*. Madrid: Ediciones Pirámide, Grupo Anaya.
- Garcia, G. (2012). *Estrategias de internacionalización de la empresa: cómo realizar negocios internacionales*. Madrid: Ediciones Pirámide, Grupo Anaya.
- Garcia, G. (2000). *Instrumentos financieros del comercio internacional*. Madrid: Editorial Fundación Confemetal.
- Garcia, G. (coordinador) (1999). *La Aventura de Exportar. Primer paso hacia el desarrollo internacional de la empresa*. Madrid: Colegio de Economistas de Madrid.
- European Commission: http://ec.europa.eu/index_en.htm
- Eurostat, European Commission: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home/>
- International Monetary Fund: www.imf.org
- OCDE: <http://www.oecd.org>
- The world Factbook: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook>
- UNDP (United Nations Development Programme): <http://www.in.undp.org>
- World Bank: <http://www.worldbank.org/en>
- FEDAO, Federación Española de Asociaciones del Sector Óptico: <http://www.fedao.org/>
- AEO; Asociación Española de fabricación, comercialización e importación de Óptica y Oftalmología: www.aeo.es
- Palens
- Showood Eyewear
- Handmade Barcelona.
- ESA, European Association of Sunglasses: www.thevisioncouncil.org
- Exporthelp Europa
- Artisanat
- Visión y Vida
- The European Optical Market 2010-2011.
- Unicef
- Manual de lentes progresivas. El procedimiento de adaptación. Indo.
- Tecnología óptica, Lentes oftálmicas, diseño y adaptación. Universidad Politécnica de Cataluña. 2001.
- Differences in Physical Activity in Germany. Sven Schneider. Journal of Occupational Health. 2005.
- Spectaris
- Slideshare
- Euromonitor International
- Laveta

- Rayban
- Opti 2014, Munich
- Silmo 2014
- Santander Trade
- Feler
- Cómo hacer negocios en Europa: Icade Business School.
- Wikipedia
- Smurfit Kappa
- La Gaceta Óptica
- La Gaceta Business
- Andopack
- Agullomaderas
- Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, (Julio, 2011) “La competitividad del sector artesano en España”.