

Estrategia de exportación: Producción y Comercialización de correas extensibles para perros

Víctor Martín Magán



Máster en Dirección de Negocios Internacionales

2013-2014

Prof. Dr. Gloria García

10 de diciembre del 2014

Tabla de Contenidos

1. Actividad de Negocio a Exportar	3
2. Proceso Productivo	3
3. Fases del Proceso Productivo	3
4. Descripción de las fases del proceso productivo:	3
4.1. Fases del Proceso.....	3
4.2 Alternativas de las fases del proceso productivo.....	7
5. Puntos críticos.....	8
6. Identificación de la diferenciación para competir	9
7. Análisis y selección país destino de la exportación:.....	10
8. Análisis y determinación de la forma de Exportar	14
9. Análisis y determinación del Mercado Exterior Objetivo y Objetivos de Mercado	15
10. Preferencias del Mercado Exterior Objetivo	19
11. Producto Global Adecuado.....	21
12. Punto de Venta Adecuado y Canal Comercial	23
13. Promoción Exterior.....	26
14. Términos Comerciales	30
15. Precio de Exportación.....	33
16. Viabilidad de la Exportación	36
17. Anexos	36
Anexo 1: Fases del Proceso Productivo: Mecanismo interno de correa extensible para perros	36
Anexo 2: Proceso de montaje de la cuerda en el sistema del mecanismo interno.....	37
Anexo 3: Diferentes tipos de cuerda utilizadas en las correas extensibles para perros.....	38
Anexo 4: Maquinaria utilizada en real para el control de calidad	38
Anexo 5: Parte del procedimiento de envasado, etiquetado y embalaje	39
Anexo 6: Análisis y selección país destino de la exportación; total de perros censados por país.....	39
Anexo 7: Grupo de países: Hogares que poseen al menos un perro.....	40
Anexo 8: Sexto y último criterio de la selección País	40
Anexo 9: Segmentación del mercado potencial de correas extensibles para perros	41
Anexo 10: Certificado (logo) de Center for Per Safety	41
Anexo 12: Prototipo/boceto de la parte de delantera y trasera del Producto Global Adecuado.....	43
Anexo 13: Punto de Venta Adecuado y sus tres establecimientos en Londres	44
Anexo 15: Pequeño Stand de prueba en los propios establecimientos.....	46
Anexo 16: Tarjeta de visita o tarjeta profesional del Responsable de exportación	47
Anexo 17: Biografía de César Millán	47
Anexo 19: Unidad Exportable medidas envase y embalaje para calculo de CBM (cubicaje)	49
Anexo 20: Fuentes costes y cotizaciones	51
21. Tabla síntesis de las decisiones en las que la empresa exporta	55
22. Bibliografía	57



ANEXO II

FICHA-RESUMEN **TRABAJO FINAL DE MÁSTER**

Apellidos y nombre del alumno: MARTÍN MAGÁN, VÍCTOR

Programa: Máster en Dirección de Negocios Internacionales

Curso académico / Edición: 2013-2014

Título del Trabajo: Estrategia de exportación: Producción y Comercialización de Correas Extensibles para Perros

Director del Trabajo: Gloria García

Resumen del Trabajo:

Una pequeña y mediana empresa española localizada en Madrid y dedicada a la producción y comercialización de correas extensibles para perros ha decidido comenzar su internacionalización mediante el negocio internacional de la exportación, tras haber comprobado que tiene capacidad exportadora.

Para ello he elaborado su estrategia de exportación, investigando, analizando y tomado las siguientes decisiones: Primero he determinado la actividad de negocio a exportar que es la producción y comercialización de correas extensibles para perros y he explicado aquellas razones por las que he tomado esta decisión.

A continuación he presentado las fases productivas de la actividad de negocio a exportar con el propósito de identificar la diferenciación que es la protección viscoelástica de la cuerda que permite a la empresa competir en su mercado exterior objetivo.

Una vez que identifiqué la diferenciación, he analizado y he determinado el país destino dentro del territorio de la Unión Europea más adecuado que es para exportar el cual es Gran Bretaña. Posteriormente he comprobado que la actividad de negocio puede ser exportada y que Gran Bretaña es el área geográfica más adecuado para dicha actividad y para las condiciones de la empresa.

A continuación he considerado cuál es la forma más adecuada para que la empresa exporte teniendo como resultado el responsable de exportación sin apoyo en destino.

Dentro del país destino seleccionado que es Gran Bretaña, he analizado y he determinado cuál es el grupo de mercado más adecuado al cual debe dirigirse la empresa, es decir, aquél segmento de mercado que valora su diferenciación teniendo como resultado los consumidores de correas extensibles para perros medianos y para uso de paseo.

Una vez que he determinado el segmento de mercado y haberlo cuantificado en unidades físicas siendo el mercado exterior objetivo 25.707, posteriormente he investigado las preferencias específicas de ese mercado exterior objetivo concreto, evitando la utilización de las preferencias del mercado general o del país para elaborar la estrategia de comercialización. He presentado dichas preferencias de forma clara indicando la fuente de las que he deducido.

Seguidamente he elaborado la estrategia de comercialización. Para lo cual he analizado y tomado las decisiones sobre producto global adecuado (correa extensible para perro con protección viscoelástica), puntos de venta dando como resultado Mungo and Maud y canal comercial para llegar a estos puntos de venta, promoción exterior específica y precio al que se venderá en las condiciones comerciales establecidas. Estas condiciones comerciales son: cantidad, número de envíos (son 3 envíos al año cada cuatrimestre a cada uno de los tres establecimientos), el Incoterm considerado ha sido C.I.P, el medio de pago elegido es una transferencia simple internacional y el aplazamiento de pago se ha considerado de 60 días.

Para determinar el precio de la exportación, se ha elaborado la estructura de costes o escandallo. Se ha establecido el precio de la exportación y posteriormente el precio de venta al consumidor final lo que supone entre un 30% y 50% sobre el precio unitario a la exportación.

Por último he comprobado que la exportación es viable, siendo los ingresos generados mayores que los costes y complementándolo con otras razones justificadas en el presente proyecto.

Vº Bº

Fecha:

Director del Trabajo

Firma:

1. Actividad de Negocio a Exportar

La actividad de negocio de la empresa, así como actividad de negocio exportable es la **Producción y Comercialización de correas extensibles para perros**.

2. Proceso Productivo

Para la producción de correas extensibles para perros es necesario seguir un proceso que consta de 8 fases de fabricación. Las fases consideradas para dicha producción son las siguientes: diseño, moldura y limpiado, pintado y secado, montaje, control de calidad, envasado, etiquetado y embalaje. Existen varias fases que por su naturaleza y relación se han agrupado en una misma fase del proceso de producción.

3. Fases del Proceso Productivo

A continuación se describen las fases del proceso productivo y se exponen los objetivos de cada una de ellas. Seguidamente, se analizan las alternativas que presentan algunas de las fases del proceso.

Figura: 1: Fases del proceso productivo una correa extensible para perros



4. Descripción de las fases del proceso productivo:

4.1. Fases del Proceso.

4.1.1. Diseño: la primera fase para la fabricación de correas extensibles para perros consiste en la realización del diseño digital tanto externo (forma de la carcasa visto desde fuera) como interno (mecanismo de funcionamiento) de la correa extensible para perros, todo ello se lleva a cabo gracias a un software especializado en diseño gráfico y físico que a su vez envía la información a determinadas máquinas para lograr una correcta fabricación, además dependiendo de la forma y diseño de la correa extensible que se desea fabricar, se requiere de la adaptación de diferentes herramientas o utensilios de la propia cadena de montaje. En este software se establecen los determinados parámetros y criterios, así como; medidas de estructuración, ángulos, diseño del circuito de la cuerda de la correa, huecos necesarios para la posterior colocación del botón o gatillo de control de la correa extensible, entre otros. Con esta primera etapa lo que se obtiene es el diseño digital de la carcasa para su posterior fabricación en máquinas. Podemos ver un modelo de lo que sería un diseño, estructura y componentes de una correa extensible con patente en el **Anexo 1**.

4.1.2. Moldura y limpiado: una vez diseñada la carcasa deseada y con las correspondientes medidas se pasa a la elaboración de la moldura física, este proceso de moldura por el método de inyección se realiza con plástico o polietileno líquido a un punto de fusión aproximado de 230°C depositando este dentro de moldes metálicos, por lo general estos moldes son de aluminio y de estructura cerrada, donde el plástico o polímero líquido (el tipo de polimerización utilizado para la fabricación de la carcasa es por condensación del subgrupo de los copolímeros, siendo más fácil su manejo en esta fase) pasa por diferentes conductos donde están colocadas las diferentes molduras metálicas con la forma de las diferentes piezas que componen la carcasa. Una vez que el plástico se ha enfriado y solidificado dentro del molde metálico, las piezas que componen la carcasa son sacadas cuidadosamente. Para ser precisos cuando se consigue este proceso se obtienen dos piezas bases que juntándolas componen la propia carcasa de la correa. Respecto al resto de componentes de la carcasa, el interruptor o gatillo, la polea y las pequeñas piezas siguen el mismo proceso de moldeado siendo este el de “inyección”. Una vez obtenidas todas las piezas, de manera manual se realiza el limpiado, que consiste en quitar pequeñas impurezas del plástico, puliendo y limpiando aquellas que quedan en los laterales de las dos piezas bases y el resto de piezas que componen la carcasa como consecuencia del proceso de moldura. En esta fase obtenemos las diferentes piezas de la carcasa tales como; el gatillo donde se controla la extensión o longitud de la cuerda, la polea donde va colocada la cuerda (cinta o cordón), el mango de la correa, las dos piezas bases de la correa y las pequeñas piezas que componen del circuito por donde pasa la cuerda.

4.1.3. Pintado y secado: las carcasas son colocadas en la cadena de montaje para ser pintadas, esta parte es realizada de manera automática por las máquinas de montaje. A menos de medio metro aproximadamente se localizan diferentes boquillas de spray conectadas por conductos y recipientes de pintura. Uno de los recipientes de pintura contiene un líquido que hace de capa de imprimación la cual puede ser tanto blanca como negra esta es la primera capa que se aplica a la carcasa con el fin de que la posterior capa base permanezca intacta y pueda absorber bien la pintura base sobre el plástico, la segunda capa que se aplica es la pintura base que es la pintura deseada para el color de la carcasa y la última es el barnizado que puede ser de tono brillante o mate con el fin de que si la carcasa sufre algún roce o arañazo el barniz sirva como protector del color base, entre cada uno de los pasos de pintura hay un periodo de cinco minutos aproximado donde de manera automática se da un proceso de secado con aire caliente entre los 30°- 40° para lograr una buena penetración de la pintura en el plástico y entre capa y capa. Con la técnica aplicada en el pintado y secado de la carcasa lo que se consigue es una buena y correcta absorción del color base en el propio plástico y mantener las propiedades del color base y barniz.

4.1.4. Fabricación de la cuerda: de manera continuada, cabe nombrar la fabricación de la correa extensible que irá colocada dentro en el sistema interno de la carcasa y por tanto enrollada en la polea. Existen dos tipos de correas en primer lugar tenemos el cordón que posee una forma cilíndrica y en segundo lugar tenemos la cinta que posee una forma plana, la diferencia entre ambas está en la manera en el que se realiza el proceso

de entrelazado. Es este caso la fase de fabricación del cordón o cinta son casi idénticos pero con el matiz de la forma de entrelazar los hilos.

El cordón o cinta es fabricado de manera automática por maquinas especializadas en la fabricación de cuerdas y son perfeccionadas y colocadas de manera manual dentro de la carcasa, para ver el proceso de montaje de la cuerda en el sistema interno de la carcasa ver **Anexo 2**. Esta fase del proceso de fabricación empieza con un grupo de hebras de nailon delgadas como hilos de coser que se enrollan en grupos de cuatro o cinco (dependiendo del grosor que se quiera conseguir) en una maquina devanadora que enrosca las hebras donde se recogen en bobinas y que posteriormente se trasladan a una segunda maquina devanadora, esta maquina trenza tres cuerdas de nailon y produciendo un material más grueso llamado fibra de cáñamo, la fibra de cáñamo se enrolla con serie de ocho engranajes en el que cada uno de ellos gira de manera opuesta al anterior para conseguir una mayor resistencia del cordón o cinta, posteriormente las hebras se estiran de manera automática y son cortadas en diferentes tamaños y colocadas en recipientes donde son perfeccionadas de manera manual, dependiendo de la colocación de los engranajes automáticamente cambia el tipo de entrelazado obteniendo de esta manera dos resultados en el tipo de cuerda: cordón y cinta. Posteriormente a estas cuerdas ya cortadas se le incluye en uno de los extremos un gancho de metal por lo general de latón de unos 3 gramos aproximados con base o una anilla giratoria para un mayor dinamismo y movilidad de la correa (esta anilla o gancho es la pieza que se engancha al collar para perros). La anilla va amarrada al cordón con un nudo en forma de horca o también conocido como nudo de Jack ketch, este nudo se realiza efectuando una gaza cerrada en el extremo de la cuerda, formando un nudo deslizante muy fuerte para mantenerlo contra sacudidas o cargas inesperadas (este es uno de los diferentes tipos de nudos que se le puede hacer a la anilla) otra manera común es utilizar un parche de cuero que sujeta esta anilla y que va cosido a maquina a la cuerda.

Dependiendo de las medidas (ancho y largo) de la correa variará el tamaño de la polea donde va enrollada y por tanto esto influirá en el tamaño de la carcasa. En esta fase de fabricación de la cuerda se consigue mantener una buena resistencia y flexibilidad de la cuerda (cordón o cinta). Ver en el **Anexo 3** los diferentes tipos de cuerdas para correas extensibles de perros.

4.1.5. Montaje: Esta es sin duda una de las fases más importante debido a su complejidad y delicadeza técnica ya que es donde se concentra el mecanismo para el correcto funcionamiento de la correa. Como hemos visto en la fase anterior la carcasa se compone de dos piezas en una de ellas es donde se tiene que realizar la montura de la cuerda de la correa extensible donde va enroscada en el carrete o polea, a su vez la misma va conectada al interruptor o botón de freno o extensión/recogida. En la polea se coloca una tapa ubicada encima de esta para que no se salga el sistema de recogida. Además este montaje incluye el sistema de frenado y recogida que consiste en la colocación de uno o dos muelles junto a la cinta o cordón conectados lo que hace a su vez que desde el botón superior permita tener un fácil control y manejo de la

misma, al apretar el botón de frenado hacia abajo con el dedo pulgar y dirigiéndolo hacia atrás permite retornar la cuerda de manera ligera, y al oprimir este mismo botón de frenado y dirigir el pulgar hacia delante se puede activar el sistema de bloqueo permanente.

Una vez que se ha colocado debidamente todo el mecanismo interno de la carcasa, las dos piezas que componen la carcasa se unen y se encajan a presión mediante unos pequeños enganches conectados entre ambas piezas, finalmente se atornillan con pequeños tornillos aquellos huecos localizados en las diferentes partes de la carcasa. Con la fase de montaje se consigue unir las dos piezas bases de la correa extensible con el sistema de mecanismo montado y junto a la cuerda (cinta/cuerda) consiguiendo el correcto y completo funcionamiento.

4.1.6. Control de Calidad: Esta fase nos indica si la correa puede comercializarse o de lo contrario necesita ser revisada de nuevo en las instalaciones de la empresa. El control de calidad puede realizarse de diferentes maneras y dependiendo de lo que se quiere o pretende chequear. Por lo general se realiza una comprobación para verificar el funcionamiento del mecanismo interno de la correa extensible. El primer control de calidad consiste en arrojar la correa extensible por un estrecho tobogán con una inclinación de unos 60° y unos cinco metros de longitud, estando la parte inicial de la cuerda de la correa enganchada a la anilla a un soporte al principio de un tobogán y arrojándolo posteriormente hacia abajo con el fin de comprobar que el sistema del mecanismo interno ha sido correctamente montado en la fase de montaje. Este primer control de calidad consiste en comprobar la resistencia del mecanismo interno y verificar su seguridad ante un determinado tirón. Para ver la maquinaria utilizada en real para los controles de calidad ver **Anexo 4**.

Respecto al control de calidad realizado a la carcasa, consiste en colocar esta misma entre dos soportes a una base para evitar que se mueva y posteriormente recibe un impacto con un martillo metálico en la zona donde se encuentra el mecanismo interno de la correa, de esta manera se comprueba la dureza y resistencia a prueba de caídas y golpes. En esta fase de control de calidad se verifica si la de moldura se hizo correctamente o no y por tanto se consigue verificar y revisar si la correa esta o no apta para su embalaje y su posterior comercialización.

4.1.7. Envasado/Etiquetado: El envasado se realiza para cada una de las correas extensible, es decir, para una unidad física un envase, pudiendo ser de diferentes formas, materiales y medidas. Los materiales utilizados por lo general suele ser plástico, cartón o una mezcla entre ambos. Dependiendo de la empresa existen empresas que subcontratan esta fase del proceso de producción y otras empresas lo fabrican por su propia cuenta. La manera de producción dependerá del material utilizado, si es de cartón, consistirá en realizar mediante un software especializado el diseño que se desea y posteriormente su posterior impresión con el tipo de cartón deseado, sin embargo si se desea realizar un envasado de plástico, se realizará mediante una maquina especializada en la producción de plástico donde se deberá introducir el polietileno solido en diminutas piezas y posteriormente esto recibirá un golpe de calor entre los 70°C-120° para conseguir su

estado líquido y así conseguir la forma deseada mediante moldes libres. El etiquetado suele ir incluido e impreso en el propio envase, por esa razón estos dos procesos de producción son considerados en la misma fase. De acuerdo con el real decreto 1468/88 en relación a la directiva europea sobre el etiquetado de accesorios para animales de compañía, deberá aparecer en el idioma del país donde se comercializa, la composición del material, el tipo de animal de compañía para el modelo concreto de accesorios, la longitud de la correa, indicación sobre el límite de kilos de peso para correas extensibles, instrucciones, característica del producto, consejos y recomendaciones sobre la instalación, mantenimiento, manejo, entre otros. También deberá aparecer la empresa responsable (razón social, domicilio...etc), el lote de fabricación y código de barras. Lo que conseguimos en la fase de etiquetado es estar dentro de la legalidad europea para proceder a su comercialización en el exterior.

4.1.8. Embalaje: esta fase consiste en colocar las correas de perro extensibles ya envasadas y etiquetadas dentro de las cajas de cartón correspondientes, además cada una de ellas tiene que ir bien cerradas y precintadas junto a la documentación legal correspondiente, como albarán, las características de los productos, peso, unidades, entre otras. Estas posteriormente son llevadas a diferentes destinos, dependiendo de las necesidades de la empresa, una sería el almacenamiento de la mercancía en unas determinadas instalaciones o enviarlas algún destino en un determinado tipo de transporte. Con esta fase se consigue proteger el resultado de la actividad negocio (producto) exportable ante posibles agentes externos y que su manipulación en términos logísticos sea más fácil. Para ver parte del procedimiento manual del envasado/etiquetado y embalaje ver **Anexo 5**.

Por tanto la Actividad de Negocio a Exportar es: **Producción y Comercialización de Correas Extensibles para perros**.

En lo que respecta a la determinación y búsqueda del código arancelario (TARIC) o lo que es lo mismo en inglés HS CODE de las correas para **perros extensibles** (retractable dog leash) es: **4201.00.0090** código que afecta de la Unión Europea sirve para aspectos meramente estadísticos de la Intrastat. Al tratarse de un plan estratégico de exportación para países de la Unión Europea, se encontrará dentro del Territorio Aduanero Común (TAC) por lo consiguiente queda plenamente exento de deuda aduanera, de I.V.A e I.I.E.E (Impuestos Especiales).

4.2 Alternativas de las fases del proceso productivo

Existen diferentes alternativas en algunas de las fases del proceso productivo de las correas extensibles para perros. Las fases que presentan distintas formas de llevarse a cabo son: diseño, moldura y limpiado, pintado y secado.

Diseño: diseño programado o diseño manual; una alternativa para este proceso es la realización del diseño de la correa extensibles para perros con softwares comunes de diseño y posteriormente la fabricación de los moldes de una manera manual y no programada o digital.

Fabricación del tipo de cuerda: cordón o cinta extensible; la primera alternativa que encontramos en este punto es el cordón (forma circular) como tipo de cuerda y la segunda alternativa que esta fase tiene es la cinta (forma plana). Esto depende de la manera en el que se coloquen o estén colocados los engranajes donde van colocadas los hilos. Si se refiere a la fabricación de cuerda de tipo cinta (plana) los engranajes suelen estar colocados en línea recta sin embargo si se refiere al tipo de cuerda de cordón estos engranajes se encuentran en diferentes alturas y en posiciones opuestas.

Moldura y limpiado: En esta fase del proceso productivo tenemos dos alternativas respecto a la fabricación de una carcasa de plástico. Por una parte la moldura por inyección que consiste en inyectar el plástico o polímero fundido o ahulado dentro de un molde metálico y cerrado a presión y ejerciendo frío, a través de un orificio pequeño. La otra alternativa es el moldeo de plástico por compresión, consiste en un proceso de conformado de piezas en el que el plástico o polímero, en el que es introducido por un molde abierto al que luego se aplica presión para que el material adopte la forma del molde y calor para que el material reticule y adopte definitivamente la forma de la carcasa deseada.

Pintado y secado: Existen dos alternativas para esta fase del proceso de fabricación; la primera es la utilizada generalmente, consiste en un intercalado entre capas de pintura y secado de 5 minutos aproximadamente cada uno. Utilizando como primera capa la pintura de imprimación con el fin de que absorba con mayor facilidad las diferentes capas de pintura sobre el plástico, la segunda capa es el color base de la carcasa y por último el barniz (brillante o mate) que sirve de protector del color base contra arañazos o golpes que pueda sufrir la carcasa. La segunda alternativa es la utilización de una pintura que incorpore capa de imprimación y color base (dos en uno) y posteriormente la aplicación del barniz. De esta manera lo que se oprime es la subfase de la capa de imprimación pasando de tres subfases a dos.

5. Puntos críticos

Existen cuatro puntos críticos a lo largo del proceso productivo, que van surgiendo tras analizar las alternativas de las distintas fases. Los puntos críticos a tener en cuenta son:

El primer punto crítico detectado en las fases del proceso de producción de la correa extensible para perros es en la **carcasa**, lo que corresponde a la fase de moldura y limpiado. Este punto crítico consiste en que si se realiza el proceso de inyección a menos de 200°C del polímero totalmente líquido, este una vez solidificado la carcasa dentro del molde metálico tiende a formarse una masa molecular débil en la polimerización del mismo haciendo que esta sea un poco más ligera pero menos resistente y por lo tanto más frágil. El segundo punto crítico es la **fabricación del tipo de cuerda; cordón ó cinta extensible**, en la

fabricación de la cuerda que va incorporada dentro del mecanismo de la carcasa. La primera alternativa sería que al cambiar el circuito de engranajes, gracias a la colocación y posición de estos conseguimos como resultado el cordón de nailon (forma circular), la otra manera es el cambio de engranajes colocados en línea recta y en posiciones opuestas obtenemos como resultado la cuerda en forma de cinta (forma plana). El tercer punto crítico identificado se localiza en la **cuerda de la correa** (cinta ó cordón) que esta enrollado en la polea y conectado a su vez al interruptor o botón que controla la extensibilidad de la misma, este punto crítico encontrado se localiza en la fase de fabricación de la cuerda la cual depende de la fuerza con el que se trenzan las fibras de nailon ya que si no se ejerce mucha presión en el trenzado, el cordón tiende a tener más elasticidad sin embargo si en el proceso de fabricación se ejerce mucha presión en el trenzado del cordón pierde elasticidad y el cordón se vuelve más rígido. Por último el cuarto punto crítico encontrado esta en el nivel de presión con el que se atornilla la **polea** donde va enrollada el cordón, ya que si esta se atornilla bastante sin dejar un algunos de milímetros de holgura a la hora de recoger o extender la cuerda (cordón o cinta) aumenta la dureza en el sistema de frenado y bloqueo además disminuye el nivel de la rapidez de recogida de la cuerda.

6. Identificación de la diferenciación para competir

La estrategia para competir en mercados exteriores es la diferenciación en segmento único de mercado. La diferenciación de la empresa es la producción de **correas extensibles con protección viscoelástica para perros**. Del total de material que lleva una cuerda extensible entre el 70%-80% es nailon y entre 20%-30% se distribuye entre hilo o hebras con material de metal, cuero y plástico/caucho lo que hace que las cuerdas de las correas extensibles tengan una textura dura y sin ningún tipo de recubrimiento que lo proteja, pudiendo llegar a ser peligrosas tanto para el perro como para el dueño. El objetivo es elaborar una cuerda (cordón o cinta) resistente y con una superficie o textura suave para evitar posibles rozaduras en la piel de sus dueños y en la de los perros y que a su vez resista a las mordeduras del perro sin que este dañe sus dientes ni la cuerda. Para ello, es necesario elaborar correas con un material suave que proteja las capas de los demás materiales internos (hilo metálico y cuerda entrelazada de nailon) de la correa. El objetivo es producir una correa más fuerte y a la vez suave utilizando un 10% aproximado de hilo metálico localizándolo en el núcleo del cordón con el fin de que la correa no se rompa a causa de tirones, en la segunda capa es enrollar las hebras de nailon utilizando un 60% aproximado para conseguir dos características que posee el nylon que es la flexibilidad y resistencia de la cuerda y por último el 30% restante utilizar material viscoelástico como capa externa de la correa, estas capas tienen que ser capas finas para lograr una buena elasticidad y suavidad de la cuerda. La mejor manera para realizar la adhesión de estas dos partes: cuerda de nailon ya con el hilo de acero incorporado como núcleo y por otra parte la lamina de material viscoelástico, es remallar los bordes con un hilo muy fino de nailon dúctil.

Lo que se consigue con la unión de estos materiales es, respecto al núcleo de la hebra o cordón fino metálico firmeza y resistencia, respecto a las hebras de nailon enrolladas y entrelazadas y con el hilo metálico, proteger y ganar mas resistencia de la cuerda de correa para perros.

El impacto de esta diferenciación en el resultado es una correa fuerte, resistente y especialmente suave, lo cual será valorado por el consumidor. Además, al ser una innovación en el proceso productivo, ningún competidor lo hace de la misma forma. El inconveniente para la empresa es el coste en la fabricación y obtención de las capas o láminas del material viscoelástico ya que tienen que ser capas finas (laminas) y comprimidas con el fin de lograr un correcta circulación de la cuerda en el sistema de mecanismo interno de la carcasa. El impacto en el resultado, sería un correa extensible para perros con una cuerda fuerte, resistente y suave. Valorado por el consumidor, el 70% aproximado de los dueños que tienen un perro se preocupa y es consciente de las heridas que pueda hacerse su perro a causa de una correa y en numerosas ocasiones el propio dueño. Respecto a los competidores no existe aún una correa que lleve un material suave que evite rozaduras y heridas, por lo que esto será la diferenciación de la empresa. El único inconveniente encontrado es que podría elevarse el precio de compra de este material viscoelástico.

Diferenciación: Correa Extensible para perros con Protección Viscoelástica

7. Análisis y selección país destino de la exportación:

- **Grupo de Países de Partida:** El grupo de países de partida lo integran aquellos países que poseen el censo de perros mayoritario o registrados, se muestra en **Anexo 6**. Es importante que estén censados o registrados ya que un país podría tener un número elevado de perros pero muchos de ellos sin dueño y/o sin censar. La razón para utilizar aquellos países que posean un censo de perros elevado o mayoritario como criterio común, es que es preferible exportar a países donde exista una gran presencia del perro como animal de compañía, ya que si exportamos a un país donde no tienen costumbre de tener un perro sería algo difícil que lo comprarán. Para recurrir a estas cifras se ha considerado una organización británica con gran peso a nivel internacional que es la FEDIAF (The European Pet Food Industry Federation), que establece mediante una estudio el número de perros censados que posee cada país tanto en la Unión Europea (60.847.000 de perros) como en Europa (75.342.300 de perros), el marco geográfico donde nos vamos a basar para realizar esta investigación es en los países de la Unión Europea. El primer país con más números de perros censado es Reino Unido con 8.500.000 perros, en segundo lugar tenemos a Polonia con 7.430.000 perros, en tercer lugar lo ocupa Francia con 7.421.000 perros, el cuarto país en la lista es Italia con 6.947.000 perros y los dos últimos lugares de la lista de los seis países elegidos para el análisis y selección del país destino de la exportación de las correas de perro extensibles con protección viscoelástica lo ocupan Alemania con 5.300.000 de perros y Rumania con 4.130.000 de perros.

Tabla 1: Grupo de países de partida

PAÍS	Nº DE PERROS
REINO UNIDO	8.500.000
POLONIA	7.430.000
FRANCIA	7.421.000
ITALIA	6.947.000
ESPAÑA	5.400.000
ALEMANIA	5.300.000
RUMANIA	4.130.000

Fuente: *FEDIAF (The European Pet Food Industry Federation)*

Por tanto, continuaríamos el análisis con estos países menos España.

- **Requisitos Imprescindibles.** Tras analizar numerosos medios de información relacionados con la actividad de negocio exportable, se concluye con que no existen requisitos imprescindibles que impidan exportar Correas Extensibles para perros a ninguno de los países de la Unión Europea. La Unión Europea establece a través del real decreto 1468/88 determinados requisitos en relación a la comercialización de accesorios para animales de compañía, dichos requisitos son los mismos para todo el territorio europeo y que la empresa de producción y comercialización de correas extensibles para perros lo cumple. Por tanto, no existe ningún motivo alguno para no poder exportar esta actividad de negocio.
- **Criterios Importantes.** Los criterios importantes para la actividad de negocio exportable son los siguientes, así como sus valoraciones: I. hogares que poseen al menos un perro, II. cercanía país, III. nivel de inversión monetaria en euros que realiza un dueño anualmente en su perro, IV. el número de clínicas veterinarias de animales de compañía, V. el poder adquisitivo y VI) número de hogares con hijos.

1- El primer criterio importante seleccionado ha sido aquellos **hogares que poseen al menos un perro** de los países ya seleccionados, considero que es un criterio importante ya que nos indica el porcentaje de hogares que poseen al menos un perro sobre aquellos hogares que no poseen. Además este criterio nos da a conocer si es un país con una cierta cultura de tener perro en su hogar o no, aunque ciertamente nos es un dato que nos afirme que por tener un perro se invierta monetariamente más o menos. La fuente que nos ha dado estos datos es FEDIAF (The European Pet Food Industry Federation). Para este criterio he decidido de darle un valor de 4 sobre 5 debido a la importancia que tiene que al país al que nos dirigimos posea

un alto porcentaje de hogares que poseen al menos un perro, indicándonos a su vez que existe un cierto consumo en el cuidado del animal, estos datos son mostrados en el **Anexo 7**.

2- Como segundo criterio he considerado la **cercanía país** la estimación se ha realizado calculando los kilómetros que hay de una capital en este caso desde Madrid que es donde se encuentra el almacén de la empresa hasta el resto de capitales de los países seleccionados del grupo de partida. Estos datos precisos se han obtenido de Google Maps. La cercanía país respecto a los demás países seleccionados recibe una valoración de 3 sobre 5, ya que no es lo mismo exportar a Portugal o Francia que hacerlo a Polonia o Rumania, ya que se puede generar un aumento considerable en el coste del transporte y por lo tanto en el precio del seguro contratado, ya que a cuanto más kilómetros haya entre el origen y destino el coste podría aumentar de manera considerable y progresiva.

3- El siguiente criterio elegido ha sido el **nivel de inversión monetario en euros que realiza un dueño anualmente en su perro**. Considero que es un criterio importante ya que nos da una estimación de cuanto invierten monetariamente los dueños en sus perros, además este dato nos da a conocer si existe una costumbre en invertir en el perro ya que para muchos dueños el gastar en su perro no supone un coste si no una inversión. Los aspectos tenidos en cuenta para la elección de este criterio son; comida, seguro de salud anual, productos de cuidado, limpieza, dentífricos y antipulgas (grooming), accesorios (collar y correa) y juguetes, residencia canina (dos semanas de vacaciones), costes del veterinario esenciales. Este es uno de los criterios más importantes por lo que la valoración asignada es de 5 puntos sobre 5, porque se considera que ha mayor nivel de inversión que el dueño haga en su perro, existirá un mayor número de consumo de productos y accesorios caninos y por tanto estos serán los países más adecuados para exportar la actividad de negocio exportable.

4- El cuarto criterio importante seleccionado es el **número de clínicas veterinarias de animales de compañía** que tiene cada uno de los países seleccionados. La valoración dada a este criterio importante es de 3 sobre 5, este dato nos da a conocer si en estos países existe un cuidado y una cierta preocupación por la salud de los animales de compañía incluyendo al perro como el animal doméstico más común. Además es una manera de deducir si existe realmente demanda de estos servicios de perros censados y por tanto existe un alto nivel adquisitivo de los dueños ya que el coste en cada visita veterinaria es alta. Hay que añadir que este tipo de criterio importante nos confirma la existencia de un elevado número de animales de compañía, incluyendo al perro. Es decir, cuanto más clínicas veterinarias para animales domésticos tenga un país, se presupone que habrá un mayor número de estos animales debido a la demanda de servicios veterinarios.

5- El quinto criterio importante elegido es el **poder adquisitivo** que hay en estos países, cuya valoración se base en una puntuación de 3 sobre 5, aunque el análisis que se está realizando es

de países de la Unión Europea y en teoría debería haber una cierta homogeneidad en la renta de las personas y una estabilidad económica entre ellos, no es así. Aunque una correa extensible para perros no es lo mismo que una correa corriente de nailon, puede llegar a ser un producto de alto valor o bien de consumo premium (dependiendo de la calidad utilizada), es un error pensar que sólo aquellas personas con elevada renta puedan permitírselo. Podemos ver que no es un dato que este relacionado directamente con la temática de mascotas o perros, como los anteriores, pero considero que es un criterio que complementa a los demás criterios, por incidir en la capacidad adquisitiva que puede tener los habitantes de un país para gastar.

6- El sexto y último criterio importante seleccionado es el **número de hogares con al menos un hijo**, cuya valoración se basa en una puntuación de 2 sobre 5, según un estudio de mercado realizado por “*Mintel: Global Market Research & Market Insight*” las familias con niños son mucho más propensos a tener mascotas que aquellas familias sin hijos, dicho estudio dice que cada año la tendencia de que las familias tengan mascotas sigue creciendo, sobre todo en parejas jóvenes con hijo/s. Para la obtención de datos se ha recurrido a la base de datos de EUROSTAT “*Household composition statistics*”, donde se ha tenido en cuenta los hogares con “Single person”, “Two adults” y “Three or more adults” y las columnas “with children” con el propósito de conocer el número total de hogares que al menos poseen un niño independientemente haya una, dos o tres personas adultas viviendo con ellos en la casa. Ver tabla **Anexo 8**.

Gracias a la obtención de estos datos podemos estimar que cuanto más familias tenga un país más probabilidad de que exista un mayor número de perros, sumado a otros criterios.

Tabla 2: Valoración de Criterios Importantes

CRITERIOS IMPORTANTES	Valoración	Reino Unido	Polonia	Francia	Italia	Alemania	Rumania
Hogares que poseen al menos un perro	4	4*4=16	4*5=20	4*3=12	4*3=12	4*2=8	4*5=20
Cercanía país (Madrid-Capitales)	3	3*4=12	3*2=6	3*5=15	3*4=12	3*3=9	3*1=3
Inversión de un dueño en su perro anualmente	5	5*5=25	5*2=10	5*3=15	5*4=20	5*3=15	5*2=10
Número de clínicas veterinarias en ejercicio de animales de compañía	3	3*4=12	3*5=15	3*5=15	3*4=12	3*5=15	3*1=3
Poder Adquisitivo	3	3*4=12	3*2=6	3*4=12	3*4=12	3*5=15	3*1=3
Número de hogares con al menos un hijo	2	2*3=6	2*5=10	2*4=8	2*4=8	2*2=4	2*4=8
PUNTUACIÓN TOTAL	-	83	67	77	76	66	47

Fuente: *Elaboración propia*

Para ver los datos analizados para establecer las presentes valoraciones, véase el **Anexo 9**.

La ordenación y selección de país destino: una vez analizado y ponderados los criterios importantes y haber obtenido las correspondientes valoraciones, la exportación de la actividad de negocio se va a realizar en **Reino Unido** ya que es el país que más puntuación a obtenido. El listado por orden sería el siguiente:

Tabla 3: Ordenación y selección del países por puntuación



Fuente: *Elaboración propia*

8. Análisis y determinación de la forma de Exportar

A la hora de analizar la forma de exportar me he basado en el análisis de la experiencia local de la empresa. Esta actividad de negocio es un bien de consumo con índice de demanda alto, por lo que el **número de clientes es bajo**, ya que la vida útil del producto global adecuado es bajo (cada tres años aproximadamente) y es un producto únicamente para personas que poseen un perro, por lo que la forma de exportar tendría que ser sin apoyo en destino. Con unos recursos propios de 300 mil euros (capital + reservas), solvencia financiera y una facturación local de 1 millón de euros los **recursos de la empresa** son elevados para una PYME, este factor por lo tanto nos indica que debemos llevar a cabo la exportación a través del responsable de exportación únicamente. A la hora de analizar el **control del mercado** a la empresa se le abre la posibilidad de utilizar un agente comercial o desarrollar la exportación con el responsable de exportación. Es importante mencionar que el responsable de exportación siempre debe tener un control de la exportación total, desde que la actividad de negocio se fabrica hasta que llega al consumidor final, un agente comercial no impide este total control de mercado ya que actúa en nombre de la empresa, facilitando en todo momento y poniéndose en contacto con el consumidor final. El **nivel de servicio requerido** por la actividad de negocio exportable de la empresa es nulo, no hay ningún tipo de tecnificación a la hora de instalar el producto, por tanto la exportación puede ser realizada sólo con el responsable de exportación. La **complejidad de comercialización** es bastante baja también, no se requieren de grandes conocimientos sobre la actividad de negocio ya que no se trata de un producto nuevo a pesar de que tenga una novedosa

diferenciación, el nuevo mercado no es muy diferente ya que es un país “vecino”, que forma parte de la Unión Europea y con el que no hay barreras a la hora de exportar la actividad de negocio, las costumbres y hábitos de sus consumidores no son radicalmente diferentes a las de los del mercado local, consecuentemente la exportación puede realizarse sin apoyo en destino. El resultado del análisis de factores puede observarse en la siguiente tabla.

Tabla 4. Análisis forma de exportar

Numero de Clientes	Bajo	Sin apoyo en destino
Recursos del fabricante	Muchos	Sin apoyo en destino
control del mercado	Alto	Sin apoyo en destino
Nivel de servicio requerido	Bajo	Sin apoyo en destino
Complejidad de Comercialización/ mercado diferente	Bajo	Sin apoyo en destino

Fuente: *Elaboración propia*

Hay que matizar que aunque varios factores indican la posibilidad de utilizar un agente comercial, siendo éste un gran apoyo en destino y ofreciendo múltiples ventajas, sin embargo al ser la primera exportación a la que se enfrente la empresa y dirigimos a una sola ciudad considero que la mejor opción es la de una **exportación directa sin apoyo en destino.**

9. Análisis y determinación del Mercado Exterior Objetivo y Objetivos de Mercado

Para determinar el Mercado Exterior Objetivo es necesario determinar primero el mercado potencial. El mercado potencial lo forman los consumidores de correas extensibles para perros en **Londres**. La principal razón de elegir Londres como ciudad en el Mercado Potencial de la empresa y no otra ciudad de Reino Unido es porque es donde se encuentra el mayor número de población de Gran Bretaña. Por lo que al dirigimos a un mercado exterior objetivo con un mayor número de habitantes podría incrementar el número de oportunidades de ventas.

Definición de variables. Se han determinado las dos variables que se han considerado que se adecúan más a la forma en la que los clientes potenciales querían consumir la correa extensible para perros con protección viscoelástica. Las variables analizadas y seleccionadas son el **Uso o Propósito** que se le quiere dar a una correa extensible para perros y en segundo lugar **el Tamaño del perro.**

I- Dentro de la variable de **uso o propósito** se ha determinado tres subvariables, estas son:

- **Adiestramiento:** hace referencia al grupo compuesto por consumidores de correas extensibles para perros de uso/propósito de adiestrar al perro.
- **Paseo:** grupo compuesto por consumidores de correas extensibles para perros de uso/propósito para pasear al perro.

- **Deporte (correr):** grupo compuesto por consumidores de correas extensibles para perros de uso/propósito para correr junto al perro.

II- La segunda variable considerada es el **Tamaño del perro**, esta posee tres subvariables siendo tres los tamaños establecidos:

- **Grande:** grupo compuesto por consumidores de correas extensibles para perros grandes (mayor o igual a 37kg)
- **Mediano:** grupo compuesto por consumidores de correas extensibles para perros medianos (entre 15kg-36kg)
- **Pequeño:** grupo compuesto por consumidores de correas extensibles para perros pequeños (peso entre 0-14kg.)

Elaboración de las tablas con los datos cruzados. A continuación, se pueden observar la tabla con los datos o dos variables cruzados. Se observa en ella el mercado potencial dividido por las variables que ya se han establecido así como sus grupos, es decir el mercado segmentado según los criterios elegidos.

Tabla 5: Variables claves de división del mercado potencial.

		USO/PROPOSITO		
		ADIESTRAMIENTO	PASEO	CORRER
TAMAÑO DEL PERRO KILOGRAMOS	GRANDE (37kg ó +)	Uso de adiestramiento perro grande	Uso de paseo para perro grande	Uso de deporte (correr) para perro grande
	MEDIANO (15kg-36kg)	Uso de adiestramiento para perro mediano	<u>Uso de paseo para perro mediano*</u>	Uso de deporte (correr) para perro mediano
	PEQUEÑO (0kg-14kg)	Uso de adiestramiento para perro pequeño	Uso de paseo para perro pequeño	Uso de deporte(correr) para perro pequeño

Fuente: *Elaboración propia*

Análisis de las tablas. El análisis de la tabla se ha realizado para la obtención del segmento de mercado que más se adecúa a la diferenciación “protección viscoelástica”, y que considero que más van a valorar los clientes potenciales, se ha realizado en base a estos siguientes puntos:

- El uso así como el consumo de correas para deporte es algo muy específico y orientado a consumidores que corren y que por lo tanto que quieren llevar a su perro para desarrollar una actividad física de deporte específica, por lo que realmente este segmento no valoraría la diferenciación de protección Viscoelástica. La principal razón es que el perro estaría en pleno

movimiento y la correa estaría en modo bloqueo sin posibilidad a realizar ningún otro tipo de movimiento durante el ejercicio.

- El uso de correas extensibles para adiestramiento por lo general hacen más efecto con un collar especial para adiestramiento unido a la correa, en este caso la empresa no va a producir ni comercializar correas de perro con collar. Además por lo general y para facilitar el control sobre el perro en el adiestramiento son utilizadas correas extensibles de longitud corta, haciendo que el perro casi no tenga espacio para morder la cinta/cordón y que por tanto no haya distancia suficiente para que el dueño pueda ser dañado con la cinta por lo que no sería valorada la diferenciación por el mercado exterior objetivo.
- Dada la facilidad de manejo durante un paseo y al ser enfocadas a perros medianos y con cierta fuerza este es el mejor segmento que valorará la diferenciación de protección viscoelástica, sin embargo un perro pequeño y que por tanto que no tenga fuerza (tanto para morder como para tirar) la diferenciación de protección viscoelástica no sería valorada por los clientes finales. Respecto al segmento de correas extensibles de uso de paseo para perro grande, la diferenciación no sería percibida y por tanto no valorada ya que son perros con demasiada fuerza y podría darse el caso de llegar a romper la cuerda a pesar de la protección viscoelástica y el nylon, incluso romper el sistema de mecanismo interno, para este tipo de perros, expertos a nivel internacional en el campo canino como “Cesar Millán” recomiendan correas no extensibles ya que el sistema de la correa podría ser dañado con facilidad debido a la fuerza que se aplica con cada tirón, en la actualidad existen correas extensibles patentadas para este tipo de tamaños de perros, pero hasta el momento no es lo más común. Por lo que se determina que el segmento de correas extensibles para perros de **uso de paseo para perro mediano** es el que más valora la diferenciación.

El **mercado exterior objetivo** de la empresa son los **consumidores de correas extensibles de uso para paseo para perros medianos**.

Tabla 6: Estimación del tamaño de cada segmento.

		PROPOSITO/USO		
		ADIESTRAMIENTO (20%)	PASEO (75%)	CORRER (5%)
TAMAÑO DEL PERRO KILOGRAMOS	GRANDE (37kg ó +) (25%)	6%	18%	1%
	MEDIANO (15kg-36kg) (45%)	8%	35%*	2%
	PEQUEÑO (0kg-14kg) (30%)	6%	22%	2%

Fuente: *Elaboración propia*

Para estimar el porcentaje del **tamaño** de los perros se ha considerado un ranking de aquellas 20 razas más preferidas y populares de Reino Unido por la Kennel Club, y para poder contrastar la información se ha recurrido a un artículo del “London 24” que parte de un estudio realizado por la Kennel Club, de esta manera que podemos cuantificar de una manera más aproximada cada uno de los segmentos del mercado potencial de la empresa en relación al tamaño. Siendo las razas más comunes; Shetland Sheepdogs, Maltese, Doberman Pinschers, Boston Terriers, German Shorthaired Pointers, Shih Tzsu, Schnauzers, Shih Tzsu, Poodles, entre otros. Los tamaños más comunes partiendo del estudio y análisis de las fuentes citadas son por mayoría más medianos y seguido por pequeños.

Respecto al **propósito o uso** que se le quiere dar a la correa extensible, por lo general en Reino Unido, los dueños cuando quieren adiestrar a perros que por alguna causa son agresivos, ladran demasiado o tiene malos hábitos son llevados durante un determinado periodo a centros especializados en el adiestramiento con el fin de corregir aquellos áreas de mejora que se desea, por lo que se estima una cuantificación baja en dicho uso. El uso de la correa extensible para paseo es el más común y el más utilizado por el mercado potencial. Reino Unido ocupa el quinto país con más gente con sobrepeso según un estudio de OMS (Organización Mundial de la Salud), además no es el mismo volumen de personas o deportistas que salen a correr en Reino Unido por la calle que como en los países europeos del mediterráneo, esto se debe al mal tiempo y lluvias en gran parte del año según un estudio en “The Guardian”, a esto hay que añadir que no a todo el mercado exterior objetivo que posee un perro hace deporte o sale a correr por lo que el uso de correr es cuantificado con un porcentaje bajo.

Tras investigar y contactar con diferentes organismos como el Government Digital Service de Reino Unido, The Kennel Club, Pet Food Manufacturers Association (PFMA), The European Pet Food Industry Federation (FEDIAF), no se ha podido averiguar el número de perros censados en Londres. Con el fin de calcular el Mercado Potencial de la empresa. Para ello se ha considerado extrapolar los datos conocidos de Gran Bretaña para el mercado potencial, es decir, Londres. Se va a tener en consideración el número de perros censados que existen en Reino Unido, que son (8.500.000) según fuentes provenientes del FEDIAF y el número de habitantes que hay en Reino Unido son (64.100.000) según fuentes del Banco Mundial. Teniendo en cuenta el número de habitantes que tiene Londres (8.308.369 habitantes), al extrapolar los datos obtenemos que Londres, el mercado potencial de la empresa, tiene aproximadamente 1.101.733 de perros censados lo que corresponde a un 12.96% sobre el total de perros censados que existen en Gran Bretaña. Esta es la forma más aproximada a la que se ha recurrido para estimar el dato ya que se carece de información.

Por lo que estimamos que una correa para perros extensibles tiene una vida útil aproximada de 3 años, es decir el consumidor final comprará una nueva correa extensible cada 3 años. Como nuestro segmento de mercado exterior objetivo (consumidores de correas extensibles de uso para paseo para perros medianos) es del 35% por ciento, para calcular el mercado exterior objetivo en unidades lo multiplicamos por el número

estimado de perros censado en Londres (1.101.733) correspondiendo 385.606 perros censados. Al ser un producto con una rotación aproximada de tres años la cifra corresponde a 128.535 unidades físicas al año.

La empresa de producción y comercialización de correas extensibles para perros tiene una capacidad ociosa de un 30% sobre el total de su capacidad de producción anual (240.000), lo que supone 72.000 correas extensibles para perro. El consumo de su mercado potencial es de 1.101.733 correas extensibles para perros y su Mercado Exterior Objetivo representa el 35% del mismo, es decir, 128.535 Unidades Físicas de correas extensibles para paseo para perros medianos.

Según las características del Mercado Exterior Objetivo analizadas, se considera que el objetivo de mercado es de un 20% sobre el total del Mercado Exterior Objetivo, es decir, 25.707 correas extensibles para perros.

Mercado Exterior Objetivo en Unidades: 25.707 Correas Extensibles

Respecto a la comprobación de que capacidad de producción sobre el objetivo cuantitativo:

La empresa tiene capacidad suficiente para fabricar las unidades físicas que suponen el objetivo de mercado, puesto que este es menor a su capacidad ociosa ($25.707 < 72.000$).

10. Preferencias del Mercado Exterior Objetivo

El mercado exterior objetivo de la empresa lo forman los consumidores de **correas extensibles de paseo para perros medianos** (en Londres). Éstos tienen diferentes preferencias específicas. Estas preferencias se citan a continuación. El mercado exterior objetivo busca ante todo correas extensibles ligeras y que no dañe al dueño o a su perro a causa de la dureza de la cuerda.

Preferencia 1 del MEO: Packaging: *“when it comes to buying dog leashes, certain parts of a product within a packaging (plastic or cardboard) can be visible or may have contact with another part, be it a handle, a rope or a tape leash to ensure quality and comfort before purchase”*. Fuente: *Dogs Today Magazine UK*

La primera preferencia acerca de la actualidad de los perros hace referencia al embalaje del producto, se puede apreciar que el mercado exterior objetivo de la empresa exportadora prefiere que ciertas partes del producto puedan verse e incluso en ocasiones que pueda tocarse como el mango y la cuerda, independientemente que el embalaje sea de plástico o cartón.

Preferencia 2 del MEO: Tipo de Cuerda: *“because the type of rope used in a retractable dog leash is one of the deciding factors for a potential buyer when deciding between a tape leash or a cord leash, the majority of these types of consumers select tape leashes due to their comfort and flexibility”*. Fuente: *Your Dog Magazine UK*

En la segunda preferencia encontrada y habiendo analizado el artículo encontrado en “Your Dog UK” dice que existe una mayor demanda por las cuerdas de correas de tipo cinta aunque también existe un consumo de las correas con tipo de cuerda de cordón.

Preferencia 3 del MEO: Longitud de la Cuerda: *“the dog owner who resides in the suburbs of the city or in the country prefers a leash with a more favourable length of approximately 16 feet or more to provide the dog with more freedom. However, the owner that resides in the city will favour a leash of shorter length in order to maximise control in more restricted areas”*. Fuente: *Velgro Dog*

En este artículo se habla sobre la longitud de la cuerda, donde expone que dependiendo de donde viva el dueño puede variar en función del espacio de donde saque a pasear al perro haciendo una comparación con lugares urbanos o de la ciudad y áreas de la periferia. El artículo cita que un dueño que vive en la periferia preferirá una correa aproximadamente de 16 pies que equiparándolo a nuestro sistema de medición son 5 metros, por lo que deducimos que los que viven en la ciudad prefieren correas de un tamaño igual o menor a los 5 metros.

Preferencia 4 del MEO: Mango de la Correa: *“sometimes a leash with an adaptable handle is required to ensure comfort when walking a dog”* Fuente: *The Kennel Club*

Lo más cercano y encontrado en internet acerca del mango de una correa extensible para perros acorde al mercado exterior objetivo es que este tiene que dar comodidad, por lo que se deduce que un mango cómodo tiene que tener una forma adecuada a la palma de la mano para una buena empuñadura. De esta manera deducimos que por lo general la fabricación de los mangos para las correas son lisas pero ergonómicas a la palma de la mano la otra opción que existe y también común es con forma para apoyar los cuatro dedos y por lo tanto lograr comodidad, por lo que se deduce que no prefieren mangos uniformes como lo que la empresa exportadora comercializa en su mercado local.

Preferencia 5 del MEO: Certificado: *“The Center for Pet Safety took great care evaluating the data returned from our 2013 study to understand what safety harnesses and leashes products should do to protect life, Pet product manufacturers have a responsibility to ensure that these safety devices protect human life and provide the best chance of survival to the pet in the case of an accident. Such a certificate is valued by the consumer”*. Fuente: *Center For Pet Safety Certificate*

El Center for Pet Safety señala en el artículo la importancia que tiene el harness y una correa para mascotas, en el texto no especifican “para perro” pero se da por entendido que un harness están orientados sobre todo para perros y no tanto a otro tipo de animales domésticos, termina diciendo que este tipo de certificado es valorado por el consumidor. Ver Logo Certificado en el **Anexo 10**.

Preferencia 6 del MEO: Peso de la Correa: *“consumers prefer retractable leashes of no more than 250 grams for medium-sized dogs”* Fuente: *The Kennel Club*

En este frase se puede apreciar de una manera clara y precisa cual es peso que se recomienda en para aquellas correas extensibles destinadas para perros de un tamaño mediano, siendo el peso recomendado para

una correa extensible de 250 gramos aproximados. Deduciendo que al tratarse de una correa extensible para perros este peso incluye (circuito interno + cuerda + carcasa + mango).

11. Producto Global Adecuado

Para diseñar el Producto Global Adecuado la empresa diseña las características básicas, los elementos agregados y los servicios de apoyo del mismo basándose en las preferencias específicas del Mercado Exterior Objetivo.

Las características básicas del producto Global Adecuado son modificadas para adaptar la correa extensible para perros a las necesidades y preferencias del Mercado Exterior Objetivo. En el mercado local, la empresa produce y comercializa correas extensibles. Sin embargo, las características básicas de la correa extensible a exportar son las siguientes. La correa extensible para perros se exportará con un **peso total** de 250 gramos lo que englobaría (cuerda+circuito+carcasa+mango), basándonos que en las preferencias del mercado exterior objetivo no aprecian correas pesadas sino ligeras para paseo de perros medianos, por lo que el peso ideal es el mercado.

Al mercado exterior objetivo no le gusta los **mangos** uniformes o poco ergonómicos por lo que el mango deberá tener forma ergonómica es decir más fina por los extremos o por donde empieza el mango y más gruesa en la parte del medio, con el fin de adaptarla a la palma de la mano, siendo cómoda tanto para tanto la mano derecha como para la mano izquierda, en el mercado local la empresa lo comercializa uniforme.

En el mercado local la empresa comercializa la correa extensible con una cuerda de 8 metros de **longitud** pero la preferencia del mercado exterior objetivo prefiere una correa más corta de 5 metros de longitud o menor con el fin de tener un mayor control del perro.

Respecto al **tipo de cuerda** de la correa comercializada en el mercado exterior objetivo es la cinta ya que es la más demandada y preferida sobre la de cordón, sin embargo en el mercado local se comercializan los dos tipos de cuerda (cinta y cordón).

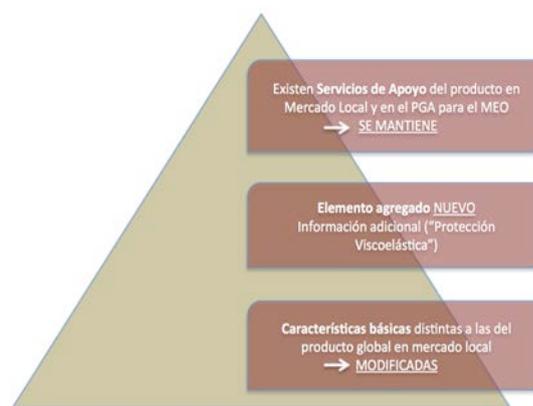
Respecto al **envase o package** preferido por el mercado exterior objetivo se basa en la visibilidad del mango y la parte de la cuerda (cinta) con el fin de que pueda verse e incluso tocar la protección viscoelástica de la correa, respecto al material del envase tanto cartón como plástico son apreciados por el mercado exterior objetivo, sin embargo en el mercado local son envasados con plástico. Al no tratarse de productos perecederos se da una mayor libertad a la hora de elegir forma al envase según las preferencias de cada mercado.

En cuanto al etiquetado, las correas extensibles para perros llevarán la **etiqueta legal** exigida por la Unión Europea, según *Real Decreto 1468/88 en relación a la normativa europea sobre el etiquetado de accesorios para animales de compañía*, en el caso de la empresa exportadora deberá utilizar el inglés en el etiquetado ya

que es Londres donde se comercializará el producto, en la misma deberá aparecer la composición del material, el tipo de animal de compañía para el modelo concreto, la longitud de la correa, indicación sobre el límite de kilos de peso para correas extensibles, instrucciones, característica del producto, consejos y recomendaciones sobre la instalación, mantenimiento, manejo, entre otros. También deberá aparecer la empresa responsable (razón social, domicilio...etc), el lote de fabricación y el código de barras.

A todo ello debemos añadir el logo de “The Center for Pet Safety” **certificado** que es valorado por el mercado exterior objetivo de la empresa exportadora.

Figura 2 : Análisis de las tres partes del Producto Global Adecuado



Fuente: *Elaboración propia*

Al ser una diferenciación novedosa y con el fin de que el cliente final conozca de primera mano cuales son los beneficios, se pondrá impreso en el envase los beneficios principales al comprar la correa. El producto global adecuado tiene un elemento agregado: la **protección viscoelástica de la cuerda (cinta)**, que transmite y afianza la diferenciación del resultado de la actividad de negocio de la empresa. Respecto a los servicios de apoyo serán los mismos, y por tanto se mantienen en el Mercado Exterior Objetivo, ya que no es un aspecto que sea decisivo por la propia empresa sino que es un aspecto regulado por normativas europeas. Al no tratarse de un producto de difícil o de un complicado uso, es suficiente con las instrucciones ajuntadas dentro del envase del producto, por lo que será aún más fácil su comercialización ya que funciona como otra correa extensible cualquiera. La comercialización del producto queda bajo la ley de Garantía del 23/2003, de 10 de Julio, de Garantías en la venta de Bienes de consumo bajo la Directiva 1999/44/CE. Ver detalles de garantía en el **Anexo 11**. El producto global adecuado se muestra en el **Anexo 12**.

12. Punto de Venta Adecuado y Canal Comercial

Los motivos por los que se ha seleccionado este tipo de punto de venta:

El tipo de punto de venta adecuado son tiendas pequeñas especializadas en productos manufacturados sólo para perros. Esto es debido a las preferencias del Mercado Exterior Objetivo. Al tratarse de un punto de un producto con una innovación y que ningún otro competidor tiene, se considera que este producto debería posicionarse como un producto de un alto valor añadido y por tanto premium, lo que va directamente enlazado con el punto de venta a seleccionar. Según un estudio norte americano del IBISWORLD (2012) *“Lucky dog: Pet owners will invest in Premium products as disposable income rises”*, aquellos productos para mascotas con un valor añadido e innovación del mismo es concentrado más en las ciudades y centro urbanos donde los consumidores están más receptivos y abiertos a productos con innovaciones. Además dicho informe apunta a que la demanda de productos para mascotas premium aumentará considerablemente en los próximos años a pesar de la recesión sufrida en la industria.

Es importante señalar que el punto de venta debe ser bien informado en cuanto al producto (el proceso productivo y los beneficios que obtienen los consumidores al utilizar o consumir las correas extensibles con protección viscoelástica para perros, es decir, que es **suave** y **resistente** evitando así, rozaduras a causa de la correa en las piernas del dueño, heridas en el perro y desgaste de los dientes del perro a causa de morder la correa). En cuanto a las cadenas de distribución moderna, supermercados, hipermercados con sección para mascotas, aparte de ser dificultosa la entrada, no garantiza el éxito de la comercialización del producto, dado que el tipo de marcas y productos vendidos tienen una gran rotación y no ganan por un amplio margen por producto vendido. En cuanto a los puntos de ventas que comercializan una amplia gama de productos para diferentes animales o accesorios para mascotas puede llegar a ser una desventaja debido a una comercialización no especializada en accesorios para perros, además estos tipos de productos que son comercializados en estos puntos de venta suelen ser productos muy generales y básicos por ejemplo puntos de venta como; “Petco”, “Pet at home” y “Pet Supermarket” estos tipos de puntos de venta no tienen secciones destinadas a productos Premium por lo general, ya que si alguien quiere comprar un accesorio muy específico y/o de alta gama deberá acudir a un punto de venta especializado.

Sin olvidar que el nivel de información o asesoramiento que te pueden proporcionar ante una posible pregunta en un punto de venta especializado acerca de un determinado producto para un determinado animal no es la misma que la información que te pueden proporcionar en un punto de venta con una sección de accesorios para numerosas mascotas. Es importante no olvidar que los productos o accesorios para perros son los más vendidos y por los que más se factura, ocupando la primera posición en accesorios vendidos seguidos por los accesorios para gatos, reptiles, pájaros entre otros.

Por tanto dentro de los pequeños establecimientos independientes y especializados, el perfil del punto de venta adecuado es el siguiente: **pequeños establecimientos especializados en accesorios para perros** en el centro de la ciudad (Londres).

En cuanto a los criterios para la selección de cada uno de los distintos puntos de ventas especializados en accesorios o productos para perros son:

- Debe permitir la venta de accesorios especializados para perros y que además incluya sección para productos premium.
- El/los establecimiento/s deberán permitir la venta de productos extranjeros y no fomentar solo las marcas del distribuidor y los productos de Reino Unido, sino que importe los productos y marcas procedentes de otros países.
- El/los establecimiento/s deberán estar localizadas en el centro de la ciudad de Londres.

Tabla 7: Los puntos de venta especializados en la comercialización de accesorios para perros analizados según los criterios descritos son:

PUNTOS DE VENTA	Nº DE ESTABLECIMIENTOS	NIVEL ESPECIALIZACIÓN CORREAS	LOCALIZACIÓN	MULTIMARCA
1. Bowwow London	1	ALTA	CENTRICA	Si
2. Purplebone	3	ALTA	CENTRO-PERIFERICA	Si
3. Bishopsbark	1	BAJA	CENTRO-PERIFERICA	Si
4. Mungo and Maud	3	ALTA	CENTRICA	Si
5. Hair of the Dog London	1	BAJA	CENTRO-PERIFERICA	Si

Fuente: *Elaboración Propia*

Para determinar el perfil del agente comercial adecuado y por tanto llegar con éxito a los puntos de venta, es necesario conocer cuál es el canal comercial utilizado por los puntos de venta seleccionados. En el caso de la empresa exportadora de correas extensibles para perro, sabemos que **Mungo and Maud** trabaja con cadenas de distribución cortas, es decir, entre el exportador y el cliente final sólo existe un nivel, el minorista o punto de venta. Siendo los cuatro puntos de venta restantes seleccionados muy similares, podemos deducir que trabajan de la misma forma, con un canal comercial corto. Según este dato, se considera que la venta se realizará con el apoyo de un agente comercial en la ciudad de Londres.

La localización del establecimiento es un punto crucial para la elección del punto de venta, ya que cuando más céntrico este el establecimiento, la frecuencia de transito de personas es mucho mayor, disminuyendo de manera progresiva este transito cada vez que se acerca más a la periferia, también añadir la importancia de que el establecimiento sea bien visible, este criterio lo cumplen todos pero con el matiz de que existen establecimientos más céntricos y otros más céntricos periféricos. Siendo los más céntricos

Bowwow London y Mungo and Maud. Otro de los criterios para la selección de los establecimientos ha sido el número de establecimientos que tiene cada punto de venta siendo Bowwow London y Mungo and Maud los que más tienen. La importancia de saber si los puntos de venta comercializan con más de tres marcas nos hace conocer si el establecimiento puede estar abierto a comercializar marcas de diferentes fabricantes, cumpliendo este requisito los cinco puntos de venta. Por último se ha tenido en cuenta el nivel de especialización que tiene cada punto de venta en correas para perros, para extrapolarlo se ha tenido en cuenta la gama de correas de perro que vende y los diferentes tipos y modelos que comercializa, de esta manera se puede conocer si el punto de venta especializado tiene experiencia y conocimiento en la comercialización de correas de perro. El grado de especialización ha sido alto en casi todos los puntos de venta excepto en Bishopsbark y Hair of the Dog London.

Habiendo realizado este análisis, el **punto de venta adecuado** y que más se adecua al producto global adecuado de la empresa exportadora es: **Mungo and Maud**. Para ver la localización y contacto de los tres establecimientos del punto de venta. Ver **Anexo 13**.

Es importante que la empresa exportadora contacte con el agente comercial más adecuado, que por lo general será el que trabaje con alguno de los puntos de venta seleccionados. Para ello, es fundamental determinar el perfil del agente comercial. El perfil que debe cumplir el agente comercial es el siguiente:

El primer requisito y fundamental que el agente este localizado y que tenga su residencia en Londres, que su nacionalidad sea Británica y que su lengua nativa por lo tanto sea inglés además será un plus que hable español. Respecto a sus conocimientos será necesario e imprescindible que conozca el campo de accesorios para mascotas a poder ser mejor que este especializado o haya tenido experiencia con correas para perros. El posible candidato debe haber tenido experiencia en accesorios para mascota premium. Será imprescindible que el agente comercial haya tenido relaciones con puntos de venta especializados en la comercialización de productos o accesorios para mascotas. Añadir que el mismo tendrá que mostrar una alta capacidad de negociación con los puntos de venta y compromiso con la empresa exportadora. Entre otras capacidades comerciales se requerirá que el agente comercial tenga facilidad y habilidades a la hora de comunicarse los puntos de venta y sobre todo que tenga una resolución rápida a los posibles problemas que vayan surgiendo durante la comercialización en los establecimientos del punto de venta seleccionado. El candidato deberá tener como mínimo tres años de experiencia demostrable como Agente Comercial en Londres.

Con el fin de realizar una contratación rápida y segura se recomienda a la empresa exportadora contactar con “*The Manufactures’ Agents’ Association*” localizado en Londres o con la *IUCAB* (*Internationally United Commercial Agents and Brokers*).

13. Promoción Exterior

La promoción analizada para dar a conocer la gama de productos en el Mercado Exterior Objetivo, así como transmitir a los compradores los beneficios de la diferenciación son analizados en este epígrafe.

Dada la sencillez del producto, pero a la vez complejidad por el posible grado de desconocimiento del proceso de producción, es necesario hacer llegar a los consumidores finales toda la información del proceso productivo de la empresa. Los instrumentos analizados son comunes y de fácil acceso para cualquier perfil de consumidor final. Los folletos son la manera más directa de dar a conocer el producto así como probarlo y comprobar que las características de la correa extensible son las descritas. La web también permite la ampliación de la información sobre nuestra actividad así como proceso productivo. En cuanto a las publicaciones en blogs y revistas, están más enfocados a clientes más exigentes y que muestran un mayor interés hacia cuestiones de salud de su perro y cuidados. Los distintos puntos de contacto con el cliente así como tipo de soporte se muestran en la descripción a continuación:

I. Folletos: La impresión de los folletos y lo que en inglés se conoce como acciones de “flyering” es complementario a las acciones de promoción pero no suficiente. Respecto al tamaño de los folletos tendrá una medida aproximada de 15x21cm en papel bond, siendo un un papel fuerte y con efecto mate, con el fin de dar una buena imagen de la empresa exportadora y estas tendrán que estar impresas a dos caras. El número de folletos a imprimir serán unos 1.500. La información que aparecerá en el folleto será los beneficios que obtiene el Mercado Exterior Objetivo al consumirlo, es decir, que se trata de una correa extensible para perros segura tanto para el dueño como para el propio perro gracias a la protección vicoelástica que cubre la cuerda de tipo cinta. Aparecerá de una manera gráfica cada una de las partes de la correa. En el folleto también se mostrará el nombre del punto de venta y sus correspondientes establecimientos donde se puede adquirir, por último aparecerá una sección de contacto (email y teléfono) y redes sociales. Para ver como quedaría el folleto se ha realizado un primer boceto del folleto. Ver **Anexo 14**.

II. Web: En la web habrá diferentes puntos a tratar para dar a conocer al consumidor y transmitir esa fiabilidad y confianza del producto global adecuado al consumidor. Para ello, se establecerán diferentes puntos tales como: 1) Información de la empresa, 2) Producción y productos, 3) Un video sobre el manejo de la correa extensible con un perro, 4) Consejos y seguridad de uso, 5) Contacto, 6) Redes Sociales.

La **pagina web** deberá comprarse con diferentes dominios con el fin de optimizar el posicionamiento de la web en los motores de búsqueda como google, estos dominios deberán ser “.com”, “.uk” y deberá estar perfectamente escrito en inglés de gran Bretaña y no inglés americano.

- **Información de la empresa:** Es importante realizar una pequeña y sencilla introducción de la empresa con el fin de darse a conocer a sus clientes finales para ellos se ha realizado una pequeña descripción que podría servir como orientación para la empresa exportadora: “es una firma española en el diseño de

correas de perro extensibles. Estamos orientados hacia la innovación y excelencia empresarial. Desde 2010, la compañía figura como una de las empresas españolas de referencia en esta industria. Contamos con un equipo especializado en cada una de los campos necesarios para la obtención de una correa extensible para perros tan innovadora”.

“Contamos con un fuerte y sólido soporte internacional a través del cual hacemos que nuestros clientes se beneficien directamente de servicios multidisciplinarios con capacidad global. De esta manera, la calidad de nuestro servicio garantiza una atención integral adaptada a las necesidades de nuestros clientes”.

- **Productos:** en esta sección de la página web se mostrará la correa extensible de perro haciendo referencia a cada una de sus características tales como; el tamaño de la correa, sistema de frenado, peso total de la correa y tamaño.

- **Ventajas:**

“¿En qué se diferencia esta correa a las demás?:

Gracias a la suavidad y resistencia de la protección viscoelástica que tiene la cuerda de correa extensible se logra que tanto su perro como usted, no sufra heridas en caso de que la cuerda le roce, además este material permite que su perro pueda morder la correa sin que este desgaste sus dientes”.

- **Consejos y seguridad de uso:** “Las correas extensibles para perros con protección viscoelástica se enrollan y desenrollan con gran suavidad para que el perro pueda moverse libremente y que pueda estar bajo su control sin ningún tipo de dificultad. Las correas extensibles no quedan colgando gracias al mecanismo interno de muelles de la correa que mantiene la cinta con una ligera tensión. Gracias al sistema de frenado y de recogimiento de la cinta con una sola mano, el dueño siempre tendrá el control sobre los movimientos del perro.

Al apretar el botón de frenado hacia abajo con el dedo pulgar y dirigiendo su mano hacia atrás, usted será capaz de conducir a su perro cerca de usted, sin embargo si se oprime el botón de frenado y dirige su pulgar hacia delante podrá activar el sistema de bloqueo permanente. Para desactivar este sistema sólo basta con deslizar su dedo pulgar hacia atrás.

La correa le ofrece a usted y a su perro un alto grado de confort y gran seguridad. No obstante, deberá utilizar la correa de forma apropiada y según las instrucciones que le proporcionamos en esta website y en el mismo producto.

Nunca sujete su perro con una correa a objetos fijos. No agarre la cinta con la mano deberá hacerlo mediante la carcasa y su sistema de mecanismo interno, sino lleva a cabo estas recomendaciones usted podría ser lesionado. No enrolle la cinta en ninguna de las extremidades de usted ni de su perro. Utilice un collar cómodo y adecuado para su perro con el fin de evitar daños en su cuello. Por todo esto, controle regularmente el collar de su perro. Lleve el perro muy cerca cuando otras personas estén cerca de usted

con el fin de no molestar. Utilice la función del bloqueo permanente sólo cuando quiera llevar a su perro de la correa corta muy cerca. Los niños no deben utilizar la correa extensible.

No abra nunca la carcasa, ya que existe peligro de que los muelles de recogida de la cuerda que están tensionados le provoquen posibles lesiones.

Examine su correa para detectar desgastes antes de cada uso. Quite la suciedad del cordón o de la cinta y cuando se hayan mojado, séquelos.

- **Contacto:** la sección de contacto se basará básicamente en un simple formulario para rellenar localizado en la parte derecha de la página web donde se establecerá el tratamiento, nombre de la empresa, dirección social y postal, país, fax, e-mail y comentario. En la parte izquierda vendrá la dirección de la empresa exportadora.
- **Redes sociales:** las redes sociales elegidas para llevar a cabo la comercialización de las correas de perro extensibles con protección viscoelástica son twitter, Facebook y un blog. Todas ellas serán gestionadas en inglés con el fin de viralizarlo en las redes sociales y dar a conocer el producto y la marca en el mercado exterior objetivo.
- **Responsabilidad social corporativa:** esta sección esta dedicada para que las personas tomen conciencia y tengan la posibilidad de realizar donaciones para luchar contra el abandono de perros, esta donación va destinada a asociaciones británicas encargadas de cuidar en refugios a aquellos perros que han quedado en la calle o han sido maltratos. Las asociaciones elegidas para la donación son: “Dog Trust” y “Society for Abandoned Animals”.

III. Revistas y blogs: será conveniente redactar artículos acerca de la importancia de una adecuada correa para perros, así como los beneficios que la correa extensible con protección viscoelástica, que es una correa segura y aquellos puntos de venta donde se pueden adquirir la correa. El artículo podrá ser publicado en las siguientes publicaciones inglesas: *Dog Monthly*, *Your Dog*, *Dogs Today Magazine*, *Modern Dog Magazine*, *Dog World*, *Our Dogs* y *K9 Magazine* (revistas especializadas en perros) también sería conveniente la publicación de artículos en revistas relacionadas al campo veterinario como; *Veterinary Record* con la finalidad de transmitir los beneficios de la diferenciación que da al cliente final. Además sería conveniente la publicación de este artículo en diferentes blogs británicos de temática canina con el fin de dar a conocer el producto y marca, estos blogs serían; Dogs Blog, Your Dog Blog and Royal Canin.

Artículos en revistas especializadas: Se realizarán publicaciones específicas sobre las ventajas de tener un correa extensible con protección viscoelástica.

IV. Promoción Organizada por Instituciones: la empresa participará como expositor en la feria internacional celebrada en Birmingham del 5 al 8 de marzo en el (The NEC – The National Exhibition

Centre), abierto desde las 8:15 hasta las 19:30 y en aquellas ferias relacionadas y que vayan a ser publicadas. Esta feria presenta especialidades de accesorios como juguetes, accesorios y exhibiciones de perros, además permite a los expositores extranjeros presentar no sólo productos locales sino que también podrán presentar sus propios productos. La empresa exportadora deberá montar un expositor atractivo y sin salirse de la esencia de la propia marca. Además deberá transmitir los beneficios de una manera simple y práctica, para ello se harán pruebas con perros de tamaño mediano.

V. Responsable de Exportación: el Responsable de Exportación juega un papel crucial a la hora de promocionar y dar a conocer la empresa. Diversos aspectos son tenidos en cuenta a la hora de transmitir los beneficios que el cliente final obtiene adquiriendo la correa extensible para perros.

- 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 a la hora de establecer relaciones humanas y sociales. Al tratarse de un país de habla inglesa, este deberá dominar sin problema alguno el idioma con el fin de transmitir todo aquello relacionado con la comercialización y resolver cualquier duda que surja “in situ”.
- 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, presupuestos, seguimiento de pedidos, medios de pago, entre otros.
- 3. Tarjeta profesional:** este elemento es muy importante a la hora de mostrar la imagen segura y de seriedad de la empresa. La tarjeta profesional debe indicar los datos del Responsable de Exportación, nombre y apellidos, teléfono(s) de contacto sin olvidar el prefijo país de España (+34) y correo electrónico así como el nombre de la empresa, dirección web, logotipo. Deberá estar impresa en inglés ya que el mercado exterior objetivo se encuentra en Gran Bretaña.

Las medidas de la tarjeta profesional son las siguientes: 85mm x 54 mm. Ver boceto de tarjeta en el **Anexo 16.**

VI. Grabación de Cortometraje con César Millán: una de las acciones más importantes será la grabación de un cortometraje con César Millán, donde se hará una simple y práctica demostración de lo que supone tener una correa extensible con protección viscoelástica y de los beneficios que supondría tanto para la mascota como para el dueño. Además de la grabación se haría una sesión de fotos con la correa y diferentes perros sujetados por la misma con el fin de tener este material para futuras acciones de promoción y posteriormente poderlo viralizar por los medios y redes sociales. César Millán es una importante figura del mundo canino, bien conocido internacionalmente por la serie de televisión “Dog Whisperer” traducido al castellano “El encantador de perros” su principal profesión es la rehabilitación de perros, considero que una acción de promoción a este nivel podría ayudar tanto a la marca como al producto global adecuado a

posicionarlo y darlo a conocer rápidamente en el mercado exterior objetivo. Ver **Anexo 17** para conocer parte de su carrera y trayectoria profesional. Además con esta acción se aprovecharía para realizar una acción de marketing social, para que quienes quieran colaborar con la causa puedan, estos fondos recaudados irían destinados a diferentes asociaciones de abandono canino en Gran Bretaña como “Dog Trust” y “Society for Abandoned Animals”.

VII. Pequeño Stand de prueba: cada vez los consumidores de accesorios para mascotas son más exigentes, por eso a muchos de ellos no les basta con sólo ver el producto global adecuado a través de su envase, por lo general este tipo de consumidores del mercado exterior objetivo de una u otra manera quieren tener una experiencia de primera mano con el producto y por tanto probarlo antes de comprarlo. Para ello se ha considerado colocar un pequeño stand en cada uno de los establecimientos del punto de venta seleccionado, con el fin de llamar la atención del consumidor e incentivarles a probarlo, de esta manera sería un incentivo para aumentar el índice de ventas de las correas extensibles para perros en cada uno de los establecimientos. El stand sería pequeño, lo justo para colocar dos correas extensibles, en el que la cuerda este atada al propio stand y el mango esta mirando hacia el exterior con el fin de facilitar una experiencia directa con el producto al consumidor. El stand sería parecido a las imagines del **Anexo 15**.

14. Términos Comerciales

Medio de transporte

Son diferentes los factores tenidos en cuenta a la hora de elegir el medio de transporte internacional, en el caso particular de la exportación de la empresa se ha decidido que se utilice el transporte terrestre multimodal por carretera con camión, pues para llevar a cabo esta operativa logística internacional no se necesitará más de un contenedor, se debería considerar que estos contenedores fueran de tipo Box o Dry de 20' : 6,06 x 2,44 x 2,59 (largo, ancho, alto) con una carga máxima de 22.880 kg y 32m³ de volumen máximo, contenedores estándar que van cerrados herméticamente y sin refrigeración o ventilación, al tratarse de un producto manufacturado y en cierta manera no posee una alta fragilidad se considera adecuado este tipo de contenedor.

Debido a la distancia que separa ambas ciudades MADRID de LONDRES y su situación geográfica, la elección del medio de transporte será terrestre a través del Eurotúnel que cruza el Canal de la Mancha desde Calais (Francia) a Folkstone (Gran Bretaña), teniendo que considerar que la mejor manera de transportar la mercancía es el medio terrestre. La duración para atravesar el eurotúnel son de 35 minutos aproximadamente. Dentro de las opciones para el transporte terrestre descartamos el transporte ferroviario debido a su complejidad operativa y lentitud en comparación con el transporte por carretera añadir que otra desventaja sería la necesidad de contratación de personal para la carga y descarga de la mercancía en las terminales ferroviarias incrementando el coste de transporte de manera innecesaria. Respecto al transporte marítimo sería más costoso en términos de tiempo y monetario ya que se tendría

que llevar la mercancía en camión hasta el puerto Bilbao o Ferrol entre otros, y descargarlo y volver a cargarlo y la misma operación se haría en unos de los puertos más convenientes de Inglaterra.

Al tratarse de un producto de no grandes dimensiones podríamos plantearnos la exportación por avión, el único inconveniente que si se esta hablando de grandes cantidades los costes de transporte se podrían incrementar considerablemente en el precio unitario.

Incoterm 2010

Para poder elegir el Incoterm adecuado a la necesidad de la empresa, es necesario descartar todos aquellos llevados a cabo por mar, estos: FAS (Free Alongside Ship), FOB (Free on board), CFR (Cost and Freight) y CIF (Cost, Insurance and Freight). En este caso se considera que una de las mejores maneras por su practicidad es la posición C.I.P (Carriage and Insurance Paid) conocido en castellano como transporte y seguro pagado hasta destino. Este Incoterm establece que la empresa de producción y comercialización de correas extensibles para perros como vendedor tiene la obligación de contratar un seguro de transportes para la mercancía desde su origen a destino, esto puede ser negociable con el comprador, de esta manera si la mercancía sufriera algún tipo de incidencia, daño o extravió esta mercancía estaría cubierta.

Documentos para la exportación

Los documentos necesarios para llevar a cabo la exportación son: la factura comercial, packing list y el conocimiento de embarque (en nuestro caso la carta de porte por carretera, CMR-T1) **Anexo 18** en el que tendrá que ir relleno el formulario con los datos de identificación del expedidor de la mercancía, es decir, la empresa de producción y fabricación de correas extensibles para perros, los datos de identificación del destinatario de la mercancía, lugar de entrega de la mercancía en nuestro caso LONDRES, el lugar y fecha de carga de la mercancía, listado de documentos que se anexan con la mercancía, pallets o bultos transportados, tipo de embalaje, descripción de la mercancía, código arancelario o número TARIC, peso en Kg y volumen en metros cúbicos, señalar la forma de pago, firmas y sellos de todas las partes que interfieren (remitente, transportista y consignatario), entre otros.

Medio de pago internacional

A la hora de exportar la mercancía, en nuestro caso las correas extensibles para perros, la empresa debe de asegurarse el cobro de la operación comercial internacional, de esta manera, la empresa exportadora deberá tener en cuenta una serie de factores que nos indicarán que medio de pago será el más adecuado.

Inglaterra es un país de riesgo mínimo en cuanto a seguridad de cobro, y aunque es nuestra primera operación con los clientes se puede considerar el riesgo mínimo en cuanto a seguridad de cobro, y aunque sea la primera operación que hace la empresa exportadora se puede considerar un riesgo comercial bajo ya que difícilmente una tienda de alto nivel económico de accesorios para mascotas en las que la calidad de los productos forman parte de su manera de trabajar y saber hacer va a incumplir su parte del contrato con el proveedor. Además, el medio de pago más usado entre las empresas de los

diferentes países que componen la Unión Europea es la transferencia simple internacional ya que la mayor parte de los intercambios comerciales internacionales que se realizan en la UE se realiza base una confianza.

De esta manera se considera que el medio de pago escogido será el de una transferencia bancaria simple a pago aplazado de 60 días previo anticipo del 30%, de esta manera tanto el cliente como la empresa exportadora tendrá que llevar a cabo un acto de buena fe y confiar en el buen hacer de la empresa exportadora.

Actualmente numerosas entidades bancarias permiten hacer transferencias bancarias libre de comisiones entre las empresas comunitarias, por lo que la empresa exportadora al tener varias cuentas en una de estas entidades “La Caixa” y “Bankia”, no se aplicará ninguna comisión al nominal, por lo que esta operación de transferencia simple internacional no tendrá coste alguno.

Financiación de la exportación

Sería conveniente que la empresa exportadora ofreciera a un pago aplazado a sus clientes con el fin de dar una buena imagen de la empresa y así abrir una oportunidad de negocio duradera en la exportación. Para ello, es conveniente que se solicite ante una entidad financiera la apertura de una línea de anticipo de exportaciones. En este caso y siendo la práctica más habitual, se anticipan las facturas de exportación. La empresa exportadora puede ofrecer a su cliente el pago aplazado a 60 días. Por tanto, el coste del aplazamiento de pago ofrecido al cliente por la empresa exportadora de producción y comercialización de correas extensibles para perros está compuesto por, los intereses sobre el nominal (EURIBOR + % diferencia). No hay que olvidar que como se ha mencionado anteriormente que el 30% del importe será anticipado por el cliente con el fin de calcular los intereses se tendrá en cuenta solamente el 70% del nominal.

Unidad exportable

Con el fin de calcular de una manera más precisa aquellos aspectos relacionados con la logística internacional es fundamental conocer y saber la medidas que van a tener cada una de las correas extensibles en su correspondiente envase y cuantas ocuparán en cada embalaje y cajas utilizadas. Todos estos datos son necesarios para poder pedir cotización a los diferentes transitorios, ya que ellos necesitaran saber en cubicaje o CBM que ocupará en total las unidades a exportar. Para realizar estos cálculos se ha considerado las medidas del envase de una unidad física de correa extensible para perros. El peso para cada caja de cartón con 30 correas extensible es aproximadamente de 7.560 gramos lo que es lo mismo 7,56kg: **Ver anexo 19.**

Tabla 8: Cálculo del cubillaje para cotización

1 unidad física de envase de correas extensibles para perros; CBM= **0,00125 m3**
1 Caja de cartón tiene capacidad para **30 uds** Envases= **0,00125 x 30uds = CBM=0,0374 m3**
1 Caja de Cartón Medida Exterior: 69 X 34 X 34 cm = **CBM = 0,079764 m3 (transporte)**
Medida Interna: 63 X 28 X 28 cm = **CBM = 0,049392 m3 (Capacidad 30 envases/correas) -**
Tara: 3 cm y 3 cm en cada extremo, total: 6cm
Medida Externa: 69X 34 X 34 cm = **CBM = 0,079764 m3 (Capacidad 30 envases/correas) – Medida necesaria para el transitario.**
0,049392 m3 (1 caja cartón) – 0,0374 m3 (30 uds envase) = 0,011 m3 por lo que casi no sobraría.

Fuente: *Elaboración propia*

Por lo que si en un palé caben 9 cajas de cartón y en cada caja de cartón caben 30 unidades, serán un total de 270 unidades físicas de correas extensibles para perros que podrán transportarse en un solo palé. Para calcular el cubillaje total de 270 unidades físicas incluyendo el palé, se considera la medida externa en m3 de las 9 cajas siendo (Largo: 102cm) X (Ancho: 102cm) X (Alto: 117,5 cm) = 1.222.470cm = **1,22247 CBM (cubillaje).**

Si nuestro objetivo de mercado son 25.707 unidades físicas, y en cada caja de cartón caben 30 unidades físicas por lo que se necesitarán 857 cajas de cartón y si en cada palé caben 9 cajas de cartón (270 unidades físicas) se necesitarán 95 palés.

15. Precio de Exportación

Hipótesis

La unidad exportable es la correa extensible para perros y dimensiones de 25x20x2,5cm (largo X ancho X alto). El número de unidades a exportar el primer año es 25.707 correas extensibles. El número de envíos en este primer año es de 9 (un envío cuatrimestral por cada uno de los 3 establecimientos que posee el punto de venta en Londres). Lo que significa que a priori se enviarán 9 envíos el primer año con una cantidad cada uno de 2.856 correas extensibles a los tres establecimientos que tiene Mungo and Maud, cada establecimiento recibiría tres envíos cada cuatrimestre con un total aproximado de 8.569 correas extensibles para perros.

En cuanto al Producto Global Adecuado las hipótesis para calcular el precio de la exportación son las siguientes: las correas de perros son producidas por la empresa exportadora, lo que marcará la diferenciación de la empresa será en la fase de producción de la correa donde se fabricará la correa con el material viscoelástico, siendo el núcleo de esta las hebras de metal entrelazadas recubiertas de nailon. En cuanto al margen para cubrir costes indirectos de la exportación, se considera que la empresa estime un 27% un margen alto debido a que el primer año las unidades vendidas no serán muchas. En cuanto a los términos comerciales, el medio de pago utilizado es la transferencia bancaria simple internacional, previo anticipo del 30%. Para el 70% restante, la empresa exportadora tendrá la opción de

ofrecer a sus clientes un pago aplazado a 60 días. En cuanto al transporte, la empresa no dispone de una propia flota de transportes y logística por lo que tendrá que depender de un transitorio que realice envíos internacionales y por carretera (camión), además la empresa exportadora se encargará del propio embalaje de las unidades físicas. Se debe considerar que la empresa productora y comercializadora de correas de perro tiene su propia maquinaria y por lo tanto propias herramientas de trabajo de la que podrá utilizar modificando algunos aspectos de la misma si lo requiere y aprovechando de esta manera sus recursos de producción y minimizando costes.

Estructura de Costes

Para la elaboración de la estructura de costes o escandallo se ha tenido en cuenta todos aquellos costes necesarios para la exportar el producto global adecuado, en el caso de la empresa exportadora aquellos costes necesarios para exportar las correas extensibles con protección viscoelástica para perros al mercado exterior objetivo. Ver **Anexo 20** para más detalles sobre los cálculos y cotizaciones de los costes.

DETERMINACIÓN DE PRECIO UNITARIO para MERCADO EXTERIOR OBJETIVO		
Objetivos de Mercado: Unidades Estimadas de Exportación y en cada Embarque	25.707,00	
Concepto	Cost Unit	
Fabricación de producto básico para mercado exterior objetivo	2,68	
Moldes metálicos por inyección	0,032	
Plástico (polietileno alta densidad)	0,17	
Pintura (capa imprimación + color base)	0,05	
Barniz	0,06	
Tornillos (phillips countersunk - cilíndricos)	0,80	
Bobina de hebra metálica	0,02	
Bobina de hilo de nailon	0,003	
Lamina de material viscoelastica	0,43	
Anilla con eslabón giratorio	0,50	
Maquina de coser especializada	0,02	
Maquina devanadora materiales duros	0,15	
Envase de cartón junto a etiquetado comercial + Inf. adicional y legal (1 sola pieza)	0,35	
Certificado "Center for Pest Safety Certificate"	0,09	
Servicios de Apoyo para mercado exterior objetivo, a cargo de la empresa	0,03	
Manual de Instrucciones en inglés	0,03	
Garantía*	-	
TOTAL PRODUCTO GLOBAL ADECUADO (PGA) al mercado exterior objetivo	2,71	
Margen para cubrir costes indirectos Export (% sobre producto global adecuado)	0,73	27%
Comisión agente comercial (% s/ precio exportación)	1,34	15%
Términos comerciales:	-	
Coste del Medio de Pago, a cargo del exportador	-	
Coste del aplazamiento del pago ofrecido al cliente del exportador	0,27	3%
"=" PRECIO "EX WORKS"	5,04	
"=" PRECIO "EX WORKS"	5,04	
(+) Seguro y Flete	3,00	
Embalaje de Cartón con doble recubrimiento	0,09	
Palés de madera	0,01	
Dispensadores de cinta de embalaje	0,01	
Cinta de embalaje	0,0001	
"=" C.I.P.	8,15	
PRECIO UNITARIO (según términos export)	8,15	
Número de Unidades	25.707	
INGRESOS EXPORTACIÓN por las unidades de cada embarque	209.506,37	

En lo que respecta la determinación y búsqueda del código arancelario (TARIC) o lo que es lo mismo en inglés HS CODE de las correas para **perros extensibles** (retractable dog leash) es: **4201.00.0090** código que afecto de la Unión Europea queda a efectos estadísticos de la Intrastat. Se trata de una entrega intracomunitaria de bienes en lo que respeta en términos de fiscalidad ya que la operación comercial internacional se encuentra dentro del Territorio Aduanero Común (TAC) por lo que queda plenamente exento de deuda aduanera, de I.V.A e II.EE (Impuesto Especiales).

16. Viabilidad de la Exportación

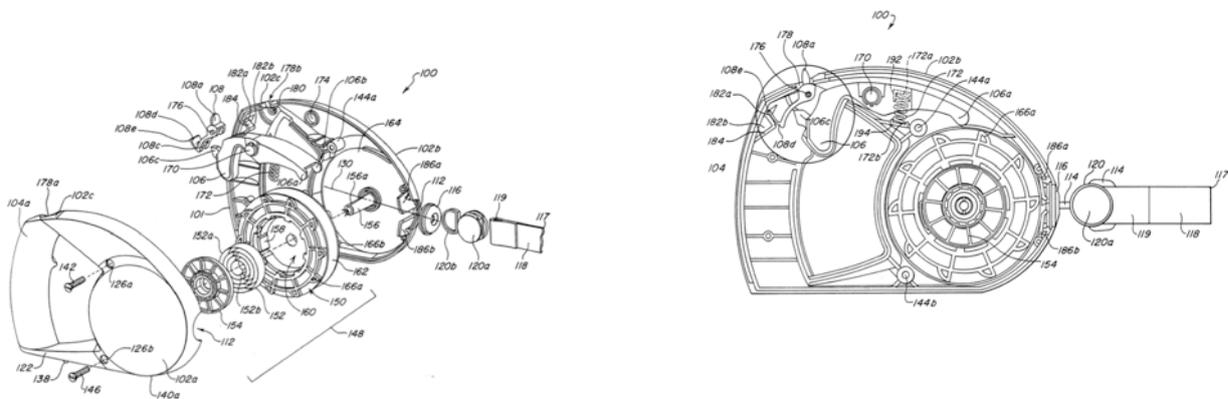
Finalmente, se considera si la estrategia de exportación de producción y comercialización de correas extensibles para perros puede llevarse a cabo o no por la empresa. Esto es viable cuando los ingresos de la exportación son mayores que los costes totales de la exportación. En el caso de la empresa exportadora, los ingresos generados de la exportación son mayores que los costes totales de la exportación, por tanto se concluye que la exportación es viable.

Además es importante añadir otros aspectos relevantes que complementan al aumento de la viabilidad, como que la capacidad ociosa de la empresa exportadora satisface a todo su mercado exterior objetivo sin ningún tipo de deficiencia en términos de unidades físicas.

Añadir que tras realizar el estudio e investigación de las preferencias del mercado exterior objetivo y posteriormente adaptarlas al producto global adecuado se reduce de una manera considerable el riesgo de incertidumbre y de no viabilidad del proyecto. Otra razón complementaria por el que este plan de exportación es viable es que la exportación se realiza a través de una diferenciación innovadora lo cual, tras la investigación realizada, es valorado por el mercado exterior objetivo de la empresa.

17. Anexos

Anexo 1: Fases del Proceso Productivo: Mecanismo interno de correa extensible para perros



Fuente: *Google Patent*

- Diseño de la correa con software especializado



Fuente: *Canal Youtube Flexi*

- Diseño de la correa de manera manual (boceto)



Fuente: *Canal Youtube Flexi*

Anexo 2: Proceso de montaje de la cuerda en el sistema del mecanismo interno



Fuente: *Canal Youtube Flexi*



Fuente: *Canal Youtube Flexi*



Fuente: *Canal Youtube Flexi*

Anexo 3 : Diferentes tipos de cuerda utilizadas en las correas extensibles para perros



CUERDA DE TIPO CORDÓN



CUERDA DE TIPO CINTA

Anexo 4: Maquinaria utilizada en real para el control de calidad



Fuente: *Canal Youtube de Flexi – Control de Calidad del Tobogán.*



Fuente: *Canal Youtube de Flexi – Control de Calidad del Martillo*

Anexo 5: Parte del procedimiento de envasado, etiquetado y embalaje



Fuente: *Canal Youtube Flexi*

Fuente: *Canal Youtube Flexi*

Anexo 6: Análisis y selección país destino de la exportación; total de perros censados por país



Fuente: *FEDIAF (The European Pet Food Industry Federation)*

Anexo 7: Grupo de países: Hogares que poseen al menos un perro



Fuente: *FEDIAF (The European Pet Food Industry Federation)*

Anexo 8: Sexto y último criterio de la selección País

	Total (1000)	Single person		Two adults		Three or more adults		
		with children	without children	with children	without children	with children	without children	
% of total private households								
EU-27	211 043.4	4.4	31.4	21.0	24.7	6.0	12.6	
BE	4 653.1	5.8	30.9	18.9	23.1	8.6	12.8	
BG	2 852.1	2.3	30.5	16.4	24.4	8.5	17.9	
CZ	4 432.8	4.7	27.2	23.7	26.2	5.5	12.7	
DK	2 323.6	10.1	40.7	18.7	24.2	2.4	4.0	
DE	39 881.8	4.0	39.4	16.2	28.8	3.1	8.4	Alemania: 23.3
EE	559.	6.7	33.8	21.6	20.1	6.6	11.3	
IE	1 687.7	7.3	21.4	29.0	20.6	6.6	15.2	
EL	4 371.4	1.8	27.5	23.0	24.3	4.9	18.6	
ES	17 344.7	3.0	19.1	26.1	22.0	8.6	21.3	España: 37.7
FR	27 526.4	5.5	34.3	22.2	27.1	3.5	7.4	Francia: 31.2
IT	25 145.9	2.4	31.1	22.7	20.6	6.1	17.2	Italia: 31.2
CY	297.6	3.2	19.1	27.2	24.3	8.3	18.0	
LV	829.	6.5	27.9	17.7	17.3	12.0	18.7	
LT	1 392.5	6.9	34.7	19.8	16.8	8.3	13.5	
LU	211.2	5.0	32.2	27.6	24.0	4.0	7.1	
HU	3 777.1	3.9	23.6	21.1	22.0	9.3	20.1	
MT	140.5	2.5	17.2	24.6	20.5	11.4	23.9	
NL	7 366.3	4.0	35.1	22.7	30.1	2.8	5.2	
AT	3 649.7	2.9	36.3	17.9	23.0	6.3	13.6	
PL	13 595.7	3.6	20.7	24.6	20.7	13.3	17.1	Polonia: 41.5
PT	4 008.9	3.8	18.9	24.8	22.5	9.3	20.7	
RO	7 426.8	2.1	20.9	23.4	19.3	15.4	18.8	Rumania: 40.9
SI	829.8	3.2	29.2	23.6	20.1	7.4	16.5	
SK	1 789.1	3.2	20.8	24.1	19.5	12.5	19.9	
FI	2 531.5	1.7	39.6	19.7	31.7	2.0	5.3	
SE	4 541.4	6.1	49.9	18.4	21.7	1.8	2.2	
UK	27 877.8	7.7	32.8	18.9	25.8	4.4	10.3	Reino Unido: 31
HR	1 639.	1.5	27.5	13.9	23.1	11.7	22.4	
MK	547.7	1.8	9.6	23.2	13.9	27.0	24.5	
TR	19 606.6	2.3	8.5	38.5	16.1	19.6	15.1	

Fuente: *Eurostat Data base*

Anexo 9: Segmentación del mercado potencial de correas extensibles para perros

CRITERIOS IMPORTANTES	VALOR	UK	POLONIA	FRANCIA	ITALIA	ALEMANIA	RUMA- NIA
Hogares que poseen al menos un perro	4	24%	37%	21%	22%	13%	45%
Cercanía País	3	1.714km	2.816 km	1.270 km	1.960 km	2.322 km	3.331 km
Nivel de Inversión de un dueño en su perro anualmente	5	2.100 €	650 €	1.420 €	1.800 €	1.452 €	600 €
Número de Clínicas veterinarias en ejercicio de animales de compañía	3	2.100	2965	3.405	2.070	3.066	300
Poder Adquisitivo	3	2.535.761	516.128	2.737.361	2.071.955	3.635.959	189.659
Número de hogares con al menos un hijo Total (1000)	2	31	41.5	31.2	31.2	23.3	40.9

Fuente: *Elaboración propia*

Anexo 10: Certificado (logo) de Center for Per Safety



Fuente: *Center for Per Safety Certificate*

Anexo 11: Garantías: reparaciones, cambios, devolución

Garantías en la Venta de Bienes de Consumo regulado Ley 23/2003 y Directiva 1999/44/CE.

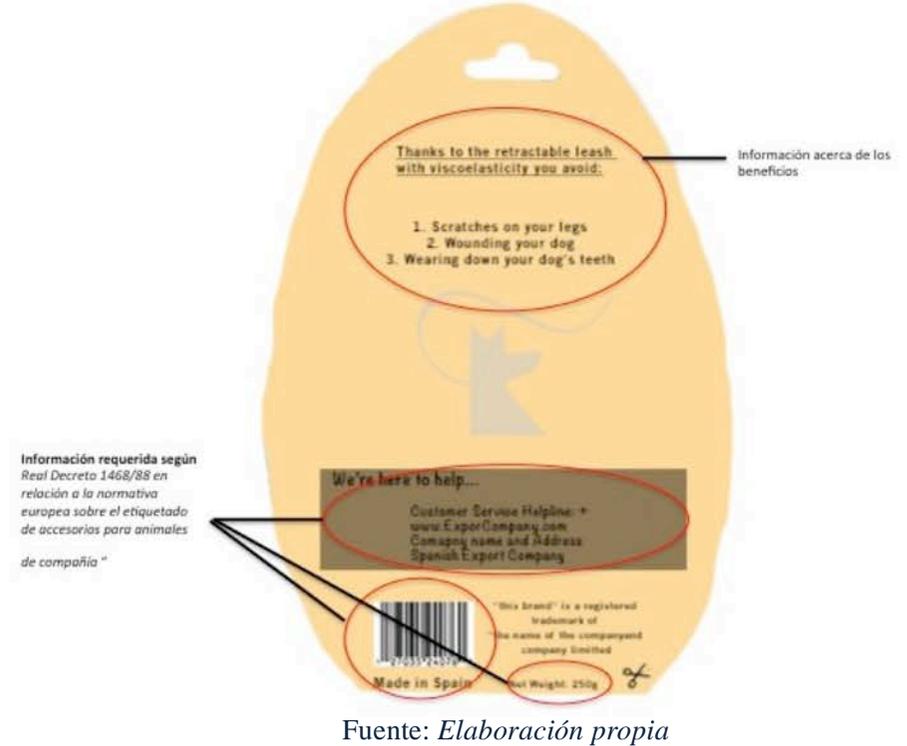
Free of charge, two-year guarantee (legal guarantee)

Whether you bought the goods in a shop or online, under EU rules you always have the right to a minimum two-year guarantee period at no cost. This 2-year guarantee is only your minimum right and national rules in your country may give you extra protection. Remember that any deviation from EU rules must always be to the consumer's benefit. If an item you bought anywhere in the EU turns out to be faulty or does not look or work as advertised, the seller must repair or replace it free of charge or give you a full refund or reduction in price. In some EU countries you will be offered the choice between all four remedies from the outset. Otherwise you will be able to ask for a full or partial refund only when it is not possible or convenient to repair or replace the item. And bear in mind that you might not be entitled to a refund if the problem is minor, such as a scratch on a CD case. The two-year guarantee period starts as soon as you receive your goods. In some EU countries you must inform the seller of the fault within two months of discovering it otherwise you may lose your right to the guarantee. Within six months from receipt of the goods, you just need to show the trader that they are faulty or not as advertised. But, after six months in most EU countries you also need to prove yourself that the defect already existed on receipt of the goods, for example, by showing that the defect is due to the poor quality of materials used. The trader is always liable for remedying the defect and in some EU countries you also have the right to request a remedy from the producer. The European Consumer Centre in your country can give you more detailed information about your additional rights under national law and can help if you have a problem with goods you bought in or from another EU country.

Fuente: Europa Shopping Abroad Guarantees “Guarantees: repairs, replacements, refunds”

Anexo 12: Prototipo/boceto de la parte de delantera y trasera del Producto Global Adecuado

Producto Global Adecuado (PGA)



Anexo 13: Punto de Venta Adecuado y sus tres establecimientos en Londres

1- MUNGO & MAUD - ELIZABETH STREET

79 Elizabeth Street
London
SW1W 9PJ
T: 44 (0) 20 7467 0823



2- MUNGO & MAUD - LEDBURY ROAD

51 Ledbury Road
London
W11 2AA
T: 44 (0) 20 7467 0834



3-MUNGO & MAUD - HARRODS

2nd floor
87-135 Brompton Road
Knightsbridge, London
SW1X 7XL
T: 44 (0) 20 7467 0829

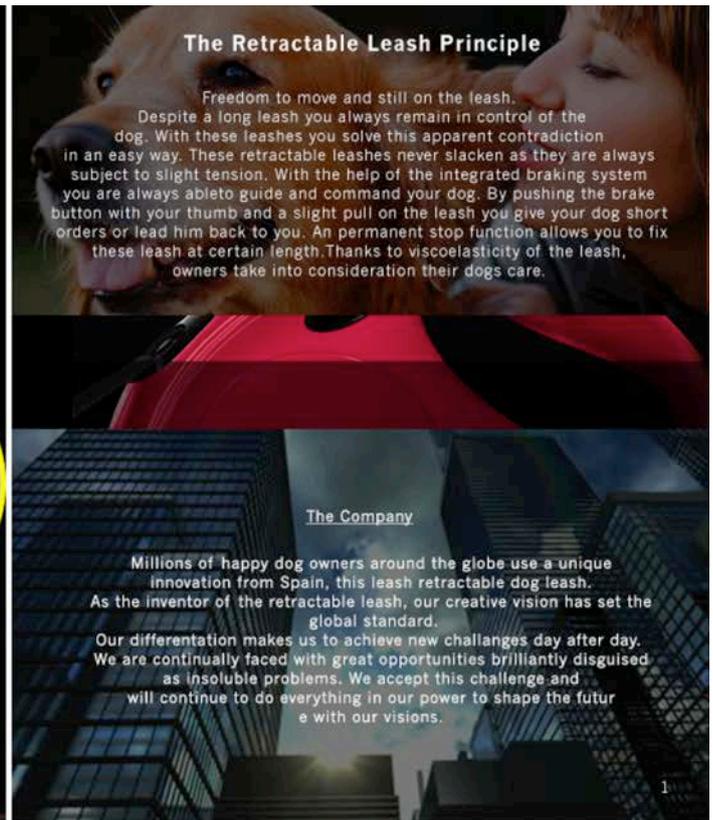


Anexo 14: Folleto orientativo para comercialización en el Mercado Exterior Objetivo



· Retractable Leashes ·

- Viscoelasticity Protection
- Smoothness
- Resistant



The Retractable Leash Principle

Freedom to move and still on the leash.
 Despite a long leash you always remain in control of the dog. With these leashes you solve this apparent contradiction in an easy way. These retractable leashes never slacken as they are always subject to slight tension. With the help of the integrated braking system you are always able to guide and command your dog. By pushing the brake button with your thumb and a slight pull on the leash you give your dog short orders or lead him back to you. An permanent stop function allows you to fix these leash at certain length. Thanks to viscoelasticity of the leash, owners take into consideration their dogs care.

The Company

Millions of happy dog owners around the globe use a unique innovation from Spain, this leash retractable dog-leash. As the inventor of the retractable leash, our creative vision has set the global standard. Our differentiation makes us to achieve new challenges day after day. We are continually faced with great opportunities brilliantly disguised as insoluble problems. We accept this challenge and will continue to do everything in our power to shape the future with our visions.

1



Why our retractable leashes with viscoelasticity?

The retractable leashes for dogs with Viscoelasticity are rolled and unrolled very gently so that the dog can move freely and can be under your control without any difficulty. The retractable leashes are not hanging due to internal spring mechanism that keeps the strap between the tape and with a slight pressure. Thanks to the braking system and recollection of the ribbon and cord with a single hand back the owner will always have control over the dog's movements.

By pressing the brake button down with your thumb and running his hand back, the owner will be able to drive your dog close to, however if the button is pressed brake and runs his thumb forward will activate the system permanently locked. To disable this feature just simply slide your thumb back.

Thanks to the retractable leashes with viscoelasticity you avoid:

- Scratches on your legs
- Wounding your dog
- wearing down your dogs teeth

2



Where can you get a Retractable Leash with Viscoelasticity?

Shop:
 London Street 34, EC1A 1AA
 London (Uk)
 Tel. (+44) + number
 E-mail: info@shop.co.uk
 Website: www.shop.co.uk

Further information:

-  (+44) 5678-7566-56
 (+34) 91-345-66-65
-  Gran Vía 14, 26045
 Madrid, Spain.
-  info@company.co.uk
-  www.twitter/company

Fuente: *Elaboración propia*

Anexo 15: Pequeño Stand de prueba en los propios establecimientos



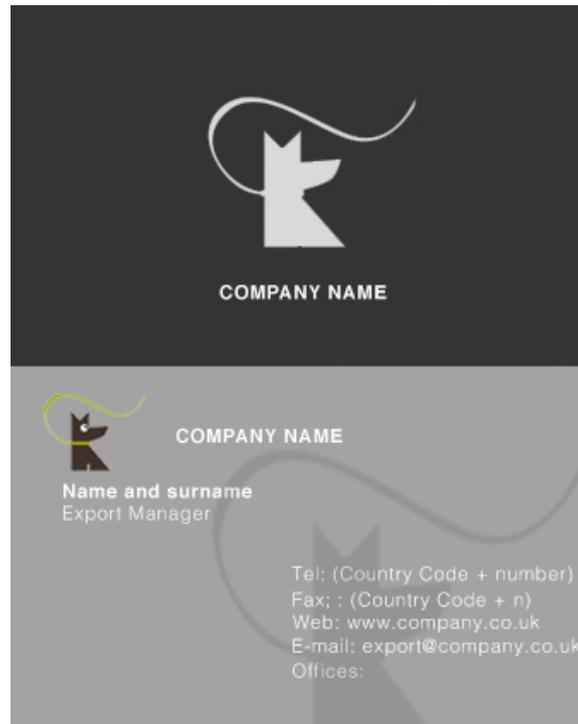
Fuente: *Flexi Dog Leash Company*

- Posición de la correa extensible en el stand



Fuente: *Flexi Dog Leash Company*

Anexo 16: Tarjeta de visita o tarjeta profesional del Responsable de exportación



Fuente: *Elaboración propia*

Anexo 17: Biografía de César Millán



César Millán es mexicano. Emigró de su país hacia los Estados Unidos en busca de un futuro mejor, empezando a trabajar a principios de los años noventa en un salón de belleza canino de San Diego. Esta experiencia le abrió las puertas de su futuro trabajo, ya que se ganó la reputación de trabajar con casos difíciles pues podía controlar a cualquier perro: agresivos, hiperactivos, pasivos, obsesivos, etc. César compaginaba su trabajo sacando a pasear a los perros de sus vecinos, que rápidamente se dieron cuenta de que podía manejar incluso a los más agresivos. Tras esta experiencia se trasladó a vivir al norte de Los Angeles. César Millán se convirtió en un convivencia entre animales y humanos.

La técnica de César Millán se centra en un animal problemático, estudia el caso, aplica sus reglas y marca los límites para que el perro pueda convivir perfectamente con la familia. Para lograr sus objetivos, es imprescindible que el animal se encuentre en un estado de calma. Conseguido su objetivo, César enseña las técnicas a los propietarios de los perros y a mantener la conducta recién aprendida. Fuente: *Encantado de Perros*.

Anexo 18: Carta de porte internacional (T1) - CMR

**1 Ejemplar para el remitente - Exempleaire de l'expéditeur
 Copy for sender**

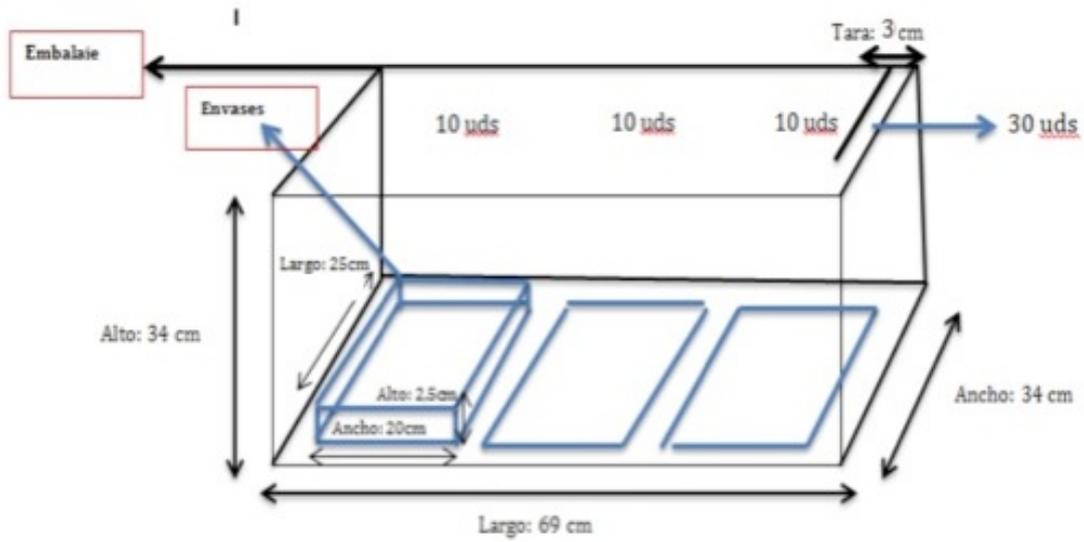
1 Remitente (nombre, domicilio, país) Expéditeur (nom, adresse, pays) Sender (name, address, country) Nombre, apellidos, domicilio y país del remitente (exportador).		CARTA DE PORTE INTERNACIONAL LETTRE DE VOITURE INTERNATIONALE INTERNATIONAL CONSIGNMENT NOTE Este transporte queda sometido, no obstante toda cláusula contraria, al Convenio sobre el Contrato de Transporte Internacional de Mercancías por Carretera (CMR). Ce transport est soumis, notwithstanding any clause to the contrary, to the Convention on the Contract for the International Carriage of Goods by Road (CMR). This carriage is subject, notwithstanding any clause to the contrary, to the Convention on the Contract for the International Carriage of Goods by Road (CMR).																													
2 Consignatario (nombre, domicilio, país) Destinataire (nom, adresse, pays) Consignee (name, address, country) Nombre, apellidos, domicilio y país del consignatario (importador).		16 Porteador (nombre, domicilio, país) Transporteur (nom, adresse, pays) Carrier (name, address, country) Nombre, apellidos, domicilio y país del transportista.																													
3 Lugar de entrega de la mercancía (lugar, país) Lieu prévu pour la livraison de la marchandise (lieu, pays) Place of delivery of the goods (place, country) Fecha y lugar donde el transportista tiene que entregar la mercancía.		17 Porteadores sucesivos (nombre, domicilio, país) Transporteurs successifs (nom, adresse, pays) Successive carriers (name, address, country) Nombre, apellidos, domicilio y país de los transportistas sucesivos si fuera el caso.																													
4 Lugar y fecha de carga de la mercancía (lugar, país, fecha) Lieu et date de la prise en charge de la marchandise (lieu, pays, date) Place and date of taking over the goods (place, country, date) Fecha y lugar donde el transportista carga la mercancía.		18 Reservas y observaciones del porteador Réserves et observations du transporteur Carrier's reservations and observations																													
5 Documentos anejos Documents annexés Documents attached																															
6 Marcas y números Marques et numéros Marks and Nos		7 Número de buultos Nombre des colis Number of packages																													
8 Clase de embalaje Mode d'emballage Method of packing		9 Naturaleza de la mercancía Nature de la marchandise Nature of the goods																													
10 N.º estadístico No. statistique Statistical number		11 Peso bruto, Kg Poids brut, Kg Gross weight in Kg																													
12 Volumen m.³ Cubage m.³ Volume in m.³																															
Datos sobre la mercancía transportada: marcas y números, número de buultos, tipo de embalaje, naturaleza de la mercancía, número estadístico de las mercancías, peso bruto en kilogramos y volumen en metros cúbicos.																															
13 Instrucciones del remitente Instructions de l'expéditeur Sender's instructions		19 Excepciones particulares/Convenios particulares/Special agreements																													
14 Forma de pago Prescriptions d'affranchissement Instructions as to payment for carriage <input type="checkbox"/> Porte pagado / Franco / Carriage paid En función del INCOTERM seleccionado <input type="checkbox"/> Porte debido / Non franco / Carriage forward		20 A pagar por... To be paid by <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Remitente Sender</th> <th>Monedas Currency</th> <th>Consignatario Consignee</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Precio del transporte Carriage charges:</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Descuentos Deductions:</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Líquido / Balance</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Suplementos Supplém. charges:</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Gastos accesorios Other charges:</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>TOTAL:</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>			Remitente Sender	Monedas Currency	Consignatario Consignee	Precio del transporte Carriage charges:				Descuentos Deductions:				Líquido / Balance				Suplementos Supplém. charges:				Gastos accesorios Other charges:				TOTAL:			
	Remitente Sender	Monedas Currency	Consignatario Consignee																												
Precio del transporte Carriage charges:																															
Descuentos Deductions:																															
Líquido / Balance																															
Suplementos Supplém. charges:																															
Gastos accesorios Other charges:																															
TOTAL:																															
21 Formalizado en Établi à Lugar a Fecha 19		15 Reembolso / Remboursement / Cash on delivery																													
22 Firma y sello del remitente Signature et timbre de l'expéditeur		23 Firma y sello del transportista Signature et timbre du transporteur																													
		24 Recibo de la mercancía / Merchandise reçue / Goods received Lugar a 19 Lieu le on																													
		Firma y sello del consignatario Signature et timbre du destinataire																													

011901

SPECIMEN

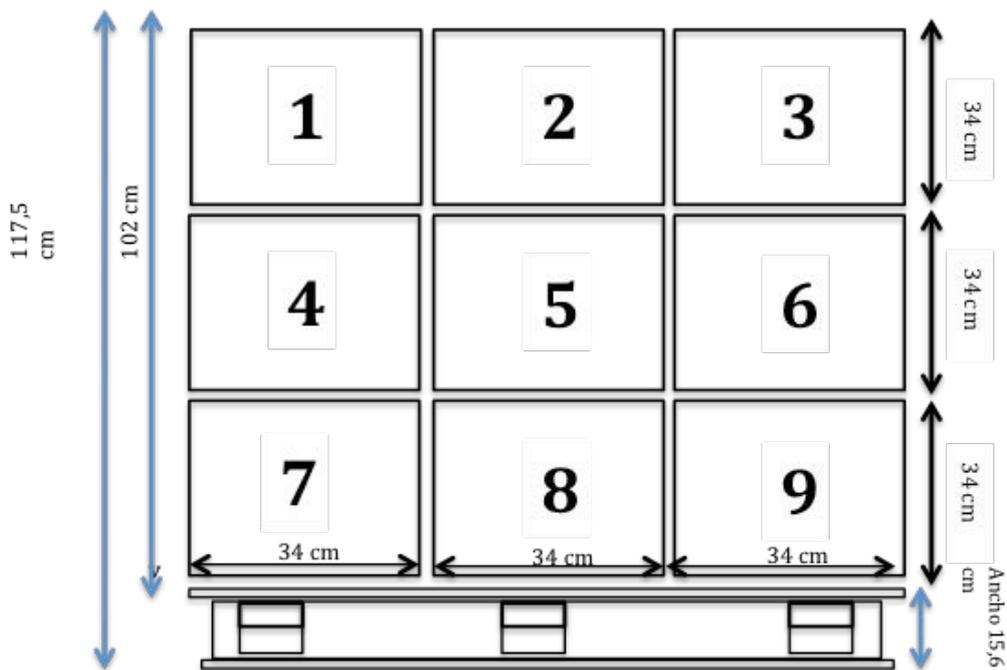
Fuente: AFI Consultoría económica y financiera independiente.

Anexo 19: Unidad Exportable medidas envase y embalaje para calculo de CBM (cubicaje)



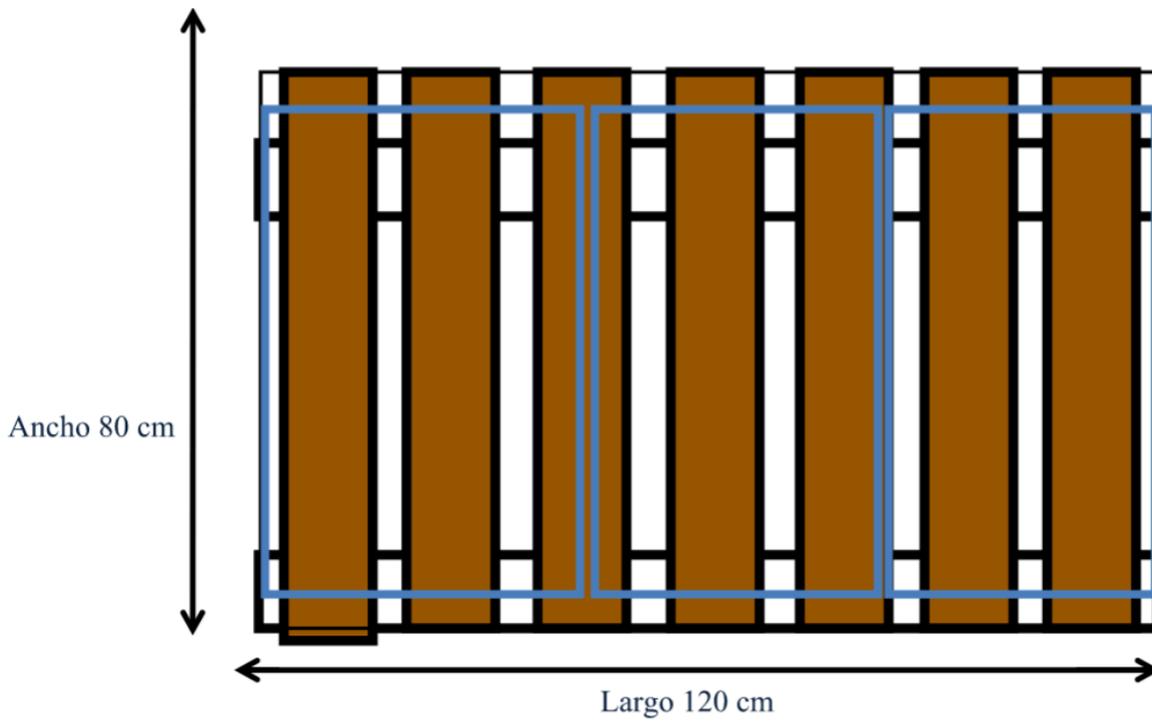
Fuente: *Elaboración propia*

- Unidad Exportable medidas con caja y palé de para calculo de CBM (cubicaje)



Fuente: *Elaboración propia*

- Posición de las cajas sobre el palé de madera seleccionado.



Fuente: *Elaboración propia*

- Cajas de cartón utilizadas para realizar el envío de la mercancía.

The screenshot shows a product selection interface for cardboard boxes. On the left, there are two small icons of boxes. In the center, a large image shows an open cardboard box. To the right, there is a control panel with the following elements:

- A color selection box with a brown cube icon and the text 'Exterior e int. color marrón'.
- A 'Medida de la caja (exterior)' section with three input fields: 'LARGO' (69 cm), 'ANCHO' (34 cm), and 'ALTO' (34 cm).
- A quantity selection box with the value '1' and the unit 'ud.'.
- A 3D perspective view of a closed cardboard box on the right side.

Fuente: *Kartox*

Anexo 20: Fuentes costes y cotizaciones

I. La fabricación del producto básico para el mercado exterior objetivo se basa en:

Moldes metálicos por inyección: Total necesitado 20 uds. Precio unidad 200€, Precio total 4000€.

Unidades físicas a fabricar 25.707 por lo que el precio unitario será 0,032€/unidad. Fuente: Alibaba

Los moldes metálicos con la forma y medidas ya preestablecidas según las preferencias del mercado exterior objetivo, acorde a el número de unidades físicas a exportar consta de un pedido de 20 moldes, con el fin de que no haya colapso en la cadena de montaje. Los moldes tendrán que llevar las siguientes formas: piezas de la carcasa en dos partes diferentes, el mango, la polea, las pequeñas piezas del sistema de mecanismo interno. Aunque la empresa posee moldes estos moldes son del mercado local y por lo tanto no sirven ni pueden ser modificados debido a que la forma del mango y dimensiones de estos son diferentes.

Plástico o polímero (polietileno alta densidad): una tonelada (1.000.000 gramos) son 800€. Si cada correa tiene un peso bruto de 250 gramos aproximados, se estima que el peso neto (sin contar el peso de aquellos materiales que no son plástico) sería de 210 gramos por lo que 210 gramos de polietileno de alta densidad daría para producir 4.761 correas aproximadamente por lo que el precio unitario para cada 210 gramos serían 0,17€/unidad. Fuente: Alibaba

Este plástico o polímero (polietileno alta densidad) será sometido a altos grados de temperatura a través del sistema de inyección en los moldes de aluminio.

Pintura especial para polímero: la **pintura** utilizada se basará en dos tipos, el primero será un dos en uno, es decir una pintura que servirá como capa de imprimación y color base y la segunda capa aplicada será el barniz.

- **Capa de imprimación + color base:** Precio 2,5€/1L por 500/litros lo que corresponde a 0,05€/unidad. Fuente: Alibaba
- **Capa de barniz:** Precio 3€/1L por 500 litros lo que corresponde a 0,06€/unidad.
(un litro de pintura tiene una capacidad de pintado para 50 carcasas de correas extensibles aproximadamente) Fuente: Alibaba

Tornillos (phillips countersunk - cilíndrico) tamaño pequeño (M2). Precio unitario 0,8€/6ud (una correa lleva 6 tornillos localizados en la carcasa). Fuente: Alibaba

Bobina de hebra metálica: Precio 140€ por 1kg (30 kilómetros o 30.000 metros de cuerda) y para cada unidad física (correa extensible) se necesitará 5,5 metros lo que equivale a 5.454 piezas de 5,5 metros por lo que el precio unitario será de 0,02 €/unidad. Material necesario para el proceso de fabricación de la cinta.

Bobina de hilo de nailon para el proceso de fabricación de la cinta, tiene un precio 5€ por 1kg (30 kilómetros o 30.000 metros de cuerda) para cada unidad (correa extensible) se necesitará 20 metros lo que equivale a 1.500 piezas de hilo con 20 metros de longitud por cada unidad, siendo 0,003€/unidad. Este material necesario e imprescindible para el proceso de fabricación de la cuerda de tipo cinta.

Lamina de material viscoelástico a un precio 0,8€ por cada 10 metros, son necesarios 5,5 metros por cada correa extensible por lo que el precio será aproximadamente 0,43€/unidad. Fuente: Alibaba

Anilla o gancho con eslabón giratorio: Precio 0,5€/unidad por un mínimo de 2.000 uds. Fuente: Alibaba

Maquinas de coser especializada para materiales textiles duros, se estima que serán necesarias 4 máquinas de coser aproximadamente precio a un precio de 150€ por 1 ud, siendo un precio de unitario de 0,02€/unidad. Fuente: Solostock

Máquina devanadora para la realización de la nueva estructura de la cuerda con protección viscoelástica (cinta) precio 4.000 € por 1 ud entre las unidades a exportar, se considera a un precio de 0,15 €/unidad. Fuente: Alibaba

Certificado “*Center for Pet Safety Certificate*” precio de 2.350 €/año entre el total de unidades a exportar (25.707) sería 0,09 €/unidad.

Envase y etiquetado (junto) del producto global adecuado, precio unitario 0,35€/unidad. Fuente: Ideapack. El envase y etiquetado tanto legal como comercial va junto, ya que el envase es de una sola pieza de cartón.

II. La fabricación de los elementos agregados para el mercado exterior objetivo:

Tras haber considerado que el envase de la correa extensible para perros lleve impreso tanto el etiquetado legal como el etiquetado comercial e información adicional, este coste se incluirá en la sección del producto básico. La cotización pedida para el envase y ambos etiquetados van juntos, sin posibilidad de poder contabilizar la etiqueta legal por separado.

III. Los servicios de apoyo utilizados para el mercado exterior objetivo a cargo de la empresa exportadora son:

Manual de instrucciones traducido al inglés: tiene un precio para 15.000 uds de 481€ por lo que el precio unitario será de 0,03€/unidad .Fuente: Pixartprinting

Garantía: existen diferentes maneras de contabilizar el coste de exportación para una garantía, todo depende de cada empresa. Una manera de contabilizarlo es incluyéndolo en el fondo de contingencia o en el porcentaje de costes indirectos de la exportación. La empresa exportadora, en mercado local tiene un número muy bajo o casi nulo de incidencias, ya que puede haber entre 1-3 correas defectuosas entre cada 500 o 1.000 fabricadas, esta cifra tan baja es debido a los altos estándares controles de calidad que la empresa realiza a cada uno de las correas fabricadas. Por lo que se considera que se aumentará en dos decimas el porcentaje del fondo de contingencia a la exportación con el fin de compensar estas posibles incidencias en el mercado exterior objetivo.

El TOTAL del producto global adecuado es la suma de todos los costes anteriormente citados. Margen para cubrir costes indirectos de exportación: la empresa considera que el margen para cubrir costes indirectos como los costes de promoción exterior, viajes comerciales, costes generales y el margen de ganancias debería ser un 27%.

La **Comisión** que cobrará el **agente Comercial** es de una comisión del 15%.

Servicios de Apoyo y modificaciones realizados por un tercero en destino: no existe coste de servicios de apoyo ya que no son necesarias modificaciones o ayuda en destino.

Términos Comerciales

Coste del medio de pago: el banco no cobrará ninguna comisión por la realización de la transferencia internacional simple.

Coste del aplazamiento del pago ofrecido al cliente del exportador: es del 3% en la Caixa, se matiza que si supera 90 días dicho porcentaje aumentará en un 3,40% y así progresivamente.

Coste de transporte: el coste de transporte más seguro a todo riesgo desde los almacenes de la empresa ubicados en Madrid hasta Londres tiene un coste total de 1.795 € siendo 1.325 € el transporte y 470 € el seguro a todo riesgo, esto sería para 334 cajas de cartón lo que corresponde a 10.000 uds de correas extensibles. El precio total estimado (transporte + seguro) de enviar todas las unidades (25.707) durante un año de Madrid a Londres, independientemente de ser fraccionado sería 4.614,40 €, por tanto el precio unitario sería 0,17€/unidad. Al ser una posición Incoterm 2010, “CIP” (Carriage and insurance paid to) el coste de transporte y por tanto el coste del seguro hasta destino es a cargo de la empresa exportadora, es posible que durante la negociación pueda haber modificaciones entre ambas partes pero según la cámara de comercio internacional (ICC) de París se establecen estas obligaciones y responsabilidades predefinidas.

Embalaje del cartón con doble recubrimiento consta de un precio 2,80€/unidad, por lo que si en una caja caben 30 correas de perros el precio será 0,09/unidad. Fuente: Kartox.

Palés de madera necesitados serían necesarios alrededor de 95 palés, precio 3,5€ por 1 uds, por lo que si un palé caben 270 correas de perro, supondrá un precio de 0,01€/unidad. Fuente: Europalet.

Dispensadores de cinta de embalaje (4uds), precio 65€ por 1 ud. Precio total 260€ entre las unidades a exportar (25.707), siendo el precio unitario 0,01€/unidad. Fuente: 3Mstore

Cinta de embalaje precio 3€ por 1 ud de 2.000 metros. Si para embalar una caja de cartón se necesita aproximadamente dos metros, y el total de cajas de cartón son 857, por lo que se necesitarían 1.714 metros, por lo que se estima un precio de 0,003€/1 caja de cartón que contiene 30 unidades físicas por lo que el precio unitario sería 0,0001/unidad. Fuente: Alibaba.

Cotización Transitario: coste de transporte a Madrid-Londres con seguro a todo riesgo para 10.000 unidades físicas lo que correspondería a 334 Cajas de Cartón.

Empresa: Ibertransit worldwide Logistics S.A.



Carga	Vehículo/Peso/Volumen	Cantidad	Origen	Destino	Mercancía
Grupaje	2500 kg , 26.64 m3		 ESP Madrid Madrid	 Gran Bretaña LONDRES	General
	Bultos: 334 Cajas de Cartón Medidas: 69x34x34cm		MADRID 15/01 Listo para cargar	10/03 Entrega Límite	Correas extensibles para perros
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	1325 €	-47%		1325 €	-47%	 CONTACTAR
Soluciones Logísticas AG	????? 2 contrataciones	2500 €	0%		2500 €	0%	CONTACTAR
evitrans sl	★★★★☆ 2 contrataciones	1500 €	-40%		1500 €	-40%	CONTACTAR

Seguro All Risk : EUR 470€ - Opcional

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*

Precio de Venta al Público (PVP) o Precio de venta al consumidor final

Una vez determinado el precio unitario de la exportación, es conveniente estimar el precio al que se venderá al consumidor final, ciertamente es una cifra que a priori, en muchos de los casos, debería negociarse con el punto de venta. La empresa exportadora considera estimar un precio mínimo recomendado al público (PVP) al punto de venta de un 30% más sobre el precio unitario de la exportación y un precio máximo que no deberá superar el 50% sobre el precio de exportación.

- Precio Unitario de Exportación: 8,15
- Precio mínimo venta al público: 10,60
- Precio máximo de venta al público: 12,22

21. Tabla síntesis de las decisiones en las que la empresa exporta

TABLA SÍNTESIS de las DECISIONES en las que la empresa EXPORTA	
Actividad de negocio exportable:	Producción y Comercialización de Correas extensibles para perros.
Diferenciación:	Garantiza una seguridad al perro y al dueño evitando arañazos en las piernas del dueño, heridas al perro y desgaste de los dientes del perro a causa de morder la correa.
Cómo se consigue la diferenciación	Mediante un proceso de fabricación que consiste en la elaboración de una cuerda (cinta/cordón) de correa compuesta por 10% aproximado de hilo metálico localizándolo en el núcleo del cordón con el fin de que la correa no se rompa a causa de tirones, en la segunda capa es enrollar las hebras de nailon utilizando un 60% aproximado para conseguir dos características que posee el nylon que es la flexibilidad y dureza de la cuerda y por último el 30% restante utilizar material viscoelástico como capa externa de la correa. La adhesión de estas partes: cuerda de nailon ya con el hilo de acero incorporado como núcleo y por otra parte la lamina de material viscoelástico consiste en remallar los bordes con un hilo muy fino de nailon dúctil.
País Destino - ciudad	Londres - Reino Unido.
Forma de Exportar	Sin colaboración en destino.
Mercado exterior objetivo:	Consumidores de correas extensibles de uso para paseo para perros medianos.
Tamaño mercado potencial: (U.F)	385.606 unidades físicas de correas extensibles para perro.
Tamaño MEO: (UF + % mdo potencial)	128.535 unidades físicas de correas extensibles para perro, 35% Mercado potencial.
Objetivos de mercado: (UF + % MEO)	25.707 unidades físicas de correas extensibles para perros, 20% MEO
Preferencia 1 del MEO:	Visibilidad de la cuerda (cinta/cordón) y del mando de la correa en el envase. Fuente: <i>Dogs Today Magazine UK</i>
Preferencia 2 del MEO:	Tipo de cuerda preferida: cinta. Fuente: <i>Your Dog Magazine UK</i>
Preferencia 3 del MEO:	Peso aproximado de la correa de 250 gramos. Fuente: <i>The Kennel Club</i>
Preferencia 4 del MEO:	Forma del mango de la correa con empuñadura adaptado a la palma de la mano. Fuente: <i>The Kennel Club</i>
Preferencia 5 del MEO:	Longitud de la cuerda de 16 pies (5metros) o menor. Fuente: <i>Velcro Dog</i>
Preferencia 6 del MEO:	Certificado de calidad y seguridad: “The Center for Pet Safety” Fuente: <i>The Center for Pet Safety</i>
PGA: producto básico	El envase de la correa extensible será de cartón siendo visible el mango y el principio de la cuerda, esta será de tipo cinta. El peso neto tendrá que ser o aproximarse a los 250 gramos. La longitud de la cuerda deberá ser igual o menor de dieciséis pies (cinco metros). La forma del mango tendrá que ser ergonómica con forma de la mano y no uniforme. Referente a la etiqueta legal tendrá que esta bajo normativa europea, así como etiqueta informativa e instrucciones de uso.
PGA: elementos agregados	El elemento agregado que se establece es el nombre y la imagen de “viscoelasticity protection”. Además contendrá información adicional como: el certificado de “The Center for Pet Safety”, información de la empresa exportadora y beneficios de la correa extensible.
PGA: servicios de apoyo	Manual de Instrucciones en Inglés y garantía mínima por ley
PVA: tipo	Establecimiento pequeño especializado en accesorios para perros.
PVA: seleccionado+ n° establ	Mungo and Maud. 3 establecimientos.
Canal comercial al PVA	Agente comercial (perfil descrito)

Promoción exterior elegida	<p>I. Folletos: El tamaño de los folletos tendrá una medida aproximada de 15x21cm en papel bond. El número de folletos a imprimir serán unos 1.500. La información que aparecerá en el folleto será los beneficios que obtiene el Mercado Exterior Objetivo al consumirlo, es decir, que se trata de una correa extensible para perros segura tanto para el dueño como para el propio perro gracias a la protección vicoelástica que cubre la cuerda de tipo cinta, entre otros aspectos.</p> <p>II. Web: En la web habrá diferentes puntos a tratar para dar a conocer al consumidor y transmitir esa fiabilidad y confianza del producto global adecuado al consumidor. Para se establecerán diferentes puntos tales como: 1) Información de la empresa, 2) Producción y productos, 3) Un video sobre el manejo de la correa extensible con un perro, 4) Consejos y seguridad de uso, 5) Contacto, 6) Redes Sociales. Deberá comprarse con diferentes dominios con el fin de optimizar el posicionamiento de la web en los motores de búsqueda como google, estos dominios deberán ser “.com”, “.uk” y deberá estar perfectamente en inglés de gran Bretaña y no inglés americano.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Información de la empresa: Es importante realizar una pequeña y sencilla introducción de la empresa con el fin de darse a conocer a sus clientes finales. • Productos: en esta sección de la página web se mostrará la correa extensible de perro haciendo referencia a cada una de sus características tales como; el tamaño de la correa, sistema de frenado, peso total de la correa y tamaño. • Ventajas: en esta sección se describe de una manera breve y sencilla aquellas ventajas y beneficios de la diferenciación de la empresa exportadora. • Consejos y seguridad de uso de la correa extensible para perros. • Contacto: se basará básicamente en un simple formulario para rellenar. • Redes sociales: las redes sociales elegidas para llevar a cabo la comercialización de las correas de perro extensibles con protección viscoelástica son twitter, Facebook y un blog. Todas ellas serán gestionadas en inglés con el fin de viralizarlo y dar a conocer el producto y la marca en el mercado exterior objetivo. <p>III. Revistas y blogs: será conveniente redactar artículos acerca de la importancia de una adecuada correa para perros, así como los beneficios que la correa extensible con protección viscoelástica, que es una correa segura y aquellos puntos de venta donde se pueden adquirir la corra.</p> <p>IV. Promoción Organizada por Instituciones: la empresa participará como expositor en la feria internacional celebrada en Birmingham del 5 al 8 de marzo en el (The NEC – The National Exhibition Centre).</p> <p>V. Responsable de Exportación: el Responsable de Exportación juega un papel crucial a la hora de promocionar y dar a conocer la empresa. Diversos aspectos son tenidos en cuenta a la hora de transmitir los beneficios que el cliente final obtiene adquiriendo la correa extensible para perros.</p> <p>4. Aspecto y forma de hablar</p> <p>5. Conocimiento del producto a comercializar en el mercado exterior objetivo</p> <p>6. Tarjeta profesional en inglés</p> <p>VI. Grabación de Cortometraje con César Millán</p> <p>VII. Pequeño Stand de prueba</p>
Incoterm y medio transporte	C.I.P (Carriage and Insurance Paid) y terrestre (camión).
Medio de pago	Transferencia Internacional
Precio Exportación Unitario	Precio unitario de la correa extensible para perro: 8.15€
Ingresos Exportación	Total de Ingresos Exportación: 209.509,37€
U.F. = unidades físicas exportables	

22. Bibliografía

García, G. (2014). *Valores culturales en la estrategia de los negocios internacionales: elaboración, negociación e implementación*. Madrid: Ediciones Pirámide, Grupo Anaya

García, G. (2012). *Estrategias de internacionalización de la empresa: cómo realizar negocios internacionales*. Madrid: Ediciones Pirámide, Grupo Anaya.

García, G. (2000). *Instrumentos financieros del comercio internacional*. Madrid: Editorial Fundación Confemetal.,

García, 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>

AEDPAC Asociación Española de Distribuidores P. para Animales de Compañía: <http://www.aedpac.com>

IBERZOO Feria Profesional del Animal de Compañía: <http://www.smartiberzoo.com/>

The European Pet Food Industry Federation: <http://www.fediaf.org/>

Pet Food manufacturers' association: <http://www.pfma.org.uk/>

Flexi: <http://www.flexi.es>

Serrano: <http://www.serranosl.com>

Free Dog Import: <http://www.freedogimport.com/>

Feca Cafe: <http://feca-cafe.com/>

Google Patents: <http://www.google.com/patents>

Youtube: www.youtube.com

Pet Adventures World Wide: <http://www.petadventuresworldwide.com/>

Sr Perro Guía para animales urbanos: <http://www.srperro.com/>

Consumer: <http://www.consumer.es/>

Pet Business world: <http://www.petbusinessworld.co.uk/>

Pet Industry Fedration: <http://www.petcare.org.uk/>

World Pet Association: <http://www.worldpetassociation.org/>

Euro Monitor: <http://www.euromonitor.com/>

Daily Mail: <http://www.dailymail.co.uk/>

Pet Gazette: <http://www.petgazette.biz/>

Global Peet Expo: <http://globalpetexpo.org/>

Pet Owners: <http://www.pet-owners.co.uk/>

Pet Business World: <http://www.petbusinessworld.co.uk/>

Pet Product Retail Association: <http://www.bira.co.uk/>

International Trade Association of Per Equipment Suppliers: <http://www.petquip.com/>

Pet Products marketing Uk <http://www.petproductmarketing.co.uk/>

Pet Worldwide <http://www.pet-global.com/>

¿Cómo criar al perro perfecto? Autor: César Millán

300 preguntas sobre perros. Autor: Heike Schmidt Roger

Google Maps: <https://www.google.es/maps>

This is Money: <http://www.thisismoney.co.uk/>

Daily Mail: <http://www.dailymail.co.uk/>

Pet Finder: <https://www.petfinder.com/>

The guardian: <http://www.theguardian.com>

Zoo Mark: <http://www.zoomark.it>

Zapytaj Onet: <http://zapytaj.onet.pl>

Sfgate: <http://www.sfgate.com>

Le site des animaux de Compagnie - Wamiz: www.wamiz.com

Hundeerziehung-erfolgreich: <http://www.hundeerziehung-erfolgreich.de>

Focus Cyberporte: <http://focus.cyberporte.net>

Tieraerztekammer Berlin: <http://tieraerztekammer-berlin.de>

Aivpa Italia: <http://aivpa.it>

Biznes Weterynaryjny: <http://www.biznesweterynaryjny.pl>

Tierarzt Onlineverzeichnis: <http://www.tierarzt-onlineverzeichnis.de/>

Nazone: <http://nazone.ro/>

Datacomex: <http://datacomex.es>

Euromonitor: <http://euromonitor.com>

Iriworldwide: <http://www.iriworldwide.eu>

Nature: <http://www.nature.com>

Charlottechamber: <http://charlottechamber.com>

PFMA (Pet Food Manufacturers Association): <http://pfma.org.uk>
The Kennel Club: www.thekennelclub.org.uk
Camin Dogs: <http://caminadogs.wordpress.com>
Menshealth- Dogs: <http://www.menshealth.com>
Jamesnava: <http://jamesnava.com>
Lfpres: <http://lfpres.com>
Waggington Post: <http://waggingtonpost.com>
IBIS World Industry Report 2012: <http://big.assets.huffingtonpost.com/ibis.pdf>
London 24: <http://www.london24.com>
Petshop finder: <http://petshop-finder.co.uk>
Duty Calculator: <http://dutycalculator.com>
Bowwow London: <http://www.bowwowlondon.org>
Purplebone: <http://www.purplebone.com/>
Bishopsbark: <http://www.bishopsbark.com/>
Mungo and Maud: <http://www.mungoandmaud.com/>
Hair of the Dog London: <http://www.hairofthedoglondon.com/>
The guardian: <http://www.theguardian.com/uk>
Dogs Today Magazine UK: <http://www.dogstodaymagazine.co.uk/>
Your Dog Magazine UK: <http://www.yourdog.co.uk/>
Velcro Dog Uk: <http://velcrodog.co.uk/>
London 24 <http://www.london24.com/>
Bankia <http://www.bankia.es/>
Caixa <http://www.lacaixa.es/>
Prnewswire <http://www.prnewswire.com/>
Wikipedia <https://es.wikipedia.org>
Books Google <http://books.google.es/>

