



CAPÍTULO 5

MEZCLA DE MARKETING



1. PRODUCTO

1.1 Alternativa de entrada

Para la estrategia de entrada al mercado Estadounidense, Plantamex decidió recurrir a la exportación directa, ya que se tiene conocimiento directo del mercado y las utilidades son mayores debido al control que se puede tener sobre los precios. Para esto, se abrirá un departamento de exportaciones dentro de la empresa, donde habrá una persona encargada de realizar todos los trámites correspondientes y contactar a los posibles distribuidores en Estados Unidos.

El producto saldrá de la fábrica de Plantamex, para ser entregado a la empresa de mensajería contratada, quien se encargará de llevar la mercancía al aeropuerto de la ciudad de México y transportarlo hasta su destino final. Se depositará la mercancía en la dirección particular proporcionada por el distribuidor en Houston Texas, o si bien él lo prefiere, se depositará en las bodegas de la aduana del aeropuerto correspondiente, donde podrá ser recogida por el importador, según se estipule en el contrato de venta con cada cliente. La forma de pago se estipulara en un contrato anual realizado con cada importador, en ocasiones se hará la negociación al contado y en otras a crédito según se acuerde. Esto se explicará a detalle más adelante.

1.2 Efecto Del País De Origen

El efecto del país de origen será tornado a nuestro favor para poner especial énfasis en la naturalidad de nuestro producto, ya que Estados Unidos alberga a millones de personas de diferentes países viviendo juntos basados en la tolerancia, por tanto, el origen de nuestro producto y lo natural de su aspecto, servirá para que algunas personas se sientan identificadas, y cómodas con él. Ya que cuenta con la calidad e imagen de un producto competitivo a nivel internacional, pero además de eso, conserva los rasgos y esencia de un pueblo comprometido con la salud y relacionado con su medio ambiente como lo es México, y en conjunto con el nombre del producto esperamos lograr un impacto positivo en el mercado meta.



1.3 Envase

El envase del producto es muy importante, ya que es la manera como el comprador final verá nuestro producto, es decir, la importancia del empaque es proteger el producto durante la logística, pero la importancia del envase es resultarle atractivo al comprador e invitarlo a interesarse por él. En estados Unidos los compradores son exigentes en cuanto a presentaciones y lo llamativo de un producto, es por eso que hemos decidido usar colores llamativos y presentaciones al nivel de un mercado competitivo internacional.

Aceite para el cuidado de las pestañas

EYE LASH:

El envase de este producto será una botella de vidrio en forma rectangular con una tapa de rosca, con capacidad para 15ml de producto, de igual manera este envase de vidrio traerá una

etiqueta con el nombre del producto, marca e información general del mismo. Este envase vendrá dentro de una cajita de cartón con el nombre de la marca, el nombre del producto y el logotipo impresos, así como los ingredientes del producto, sus beneficios e instrucciones de uso, que se utilizará para comercializar el aceite para las pestañas y darle una apariencia atractiva.



Figura 5.1 Empaque y envase Eye Lash

MEDIDAS DEL PRODUCTO: alto 7cm, ancho 4.5cm volumen 2.5cm

PESO DEL PRODUCTO: 45 GR.

El envase de este producto, viene dentro de un empaque pequeño, que consta de una caja de cartón con los siguientes datos:

- Ingredientes
- Modo de uso
- Datos del productor
- Recomendaciones de uso
- Producto 100% natural “no toxico”



Crema para el tratamiento del Acné

FACE CARE ACNE

El tratamiento para la prevención y cuidado del acné se envasará en una botella de PET (Polietilen-tereftalato) con capacidad para 125 gr. de producto. De la misma manera que el aceite, la botella tendrá una etiqueta pegada con instrucciones de uso, ingredientes, marca, nombre, logotipo e información general del producto.

Nota: Se usa PET y no PVC porque éste contiene cloro, el cual carece de aceptación en el ámbito ecológico.

MEDIDAS DEL PRODUCTO: 12CM X 4CM

PESO DEL PRODUCTO: 140 GR

Crema para el cuidado de cara y manos

FACE HANDS - CARE

La crema ultra hidratante para cara y manos se envasará en una botella de PET con capacidad para 125 gr., con una etiqueta pegada informando las cualidades del producto, ingredientes, modo de uso, marca, nombre e información general del producto.

MEDIDAS DEL PRODUCTO: 18 CM X 6 CM

PESO DEL PRODUCTO: 180 GR

Crema de noche para la cara

FACE CARE NIGHT

Este gel mascarilla ultra hidratante de noche vendrá envasado en una botella de PET con capacidad para 125 gr. de producto. Tendrá una



Figura 5.2 Envase y etiqueta anterior FACE CARE ACNE



Figura 5.3 Envase y etiqueta anterior FACE HANDS-CARE



Figura 5.4 Envase y etiqueta anterior FACE CARE NIGHT



etiqueta con información de las cualidades del producto, ingredientes, modo de uso, marca, nombre e información general del mismo.

MEDIDAS DEL PRODUCTO: 18 CM X 6 CM

PESO DEL PRODUCTO: 185 GR

1.4 Etiquetado

El etiquetado también es un aspecto fundamental, ya que los lineamientos y reglas de etiquetado han nacido con el espíritu de ofrecer una mayor transparencia a los consumidores. En el proceso de control no sólo se supervisa el origen de los ingredientes y el proceso de fabricación, sino que la etiqueta debe ser aprobada por un organismo de control para garantizar que ofrece una información veraz.

Las dificultades actuales para la elaboración de productos cosméticos 100% naturales se ponen de manifiesto en los cinco organismos mencionados en el capítulo 4 para la aprobación de productos naturales, que han pretendido dar a sus normativas, con la intención de mejorarlas a medida que sea más sencillo encontrar la materia prima y que tanto la industria cosmética como el mercado estén mejor preparados. (Escutia, n.d)

La FDA se encarga de regular las condiciones del etiquetado de productos alimenticios o cosméticos que ingresan a EE.UU. Basados en sus reglamentos, las etiquetas de plantamex tendrán toda la información en 2 idiomas: inglés y español, y contendrán la siguiente información.

1.4.1 Contenido de la Etiqueta:

EYE LASH

Etiqueta anterior

- Nombre del producto
- Breve descripción del producto
- 100% natural
- Contenido neto
- Logotipo de Natural Leaves



Etiqueta posterior

- Nombre del producto
- Descripción del producto y beneficios
- Modo de uso
- Hecho en México
- Datos del productor

FACE CARE ACNE

Etiqueta anterior

- Ingredientes principales
- Nombre del producto
- Las siguientes leyendas:
100% natural
No more acne (no más acne)

Etiqueta posterior

- Nombre del producto
- Descripción del producto y beneficios
- Modo de uso
- Hecho en México
- Datos del productor
- Numero de registro de la FDA

FACE - HANDS CARE

Etiqueta anterior

- Ingredientes principales
- Nombre del producto
- Contenido neto
- Las siguientes leyendas:
Crema ultrahidratante de cara y manos 100% natural



Figura 5.5 etiqueta posterior EYE LASH



Figura 5.6 etiqueta posterior FACE CARE ACNE



Etiqueta posterior

- Nombre del producto
- Descripción del producto y beneficios
- Modo de uso
- Hecho en México
- Datos del productor
- Numero de registro de la FDA

FACE CARE NIGHT

Etiqueta anterior

- Ingredientes principales
- Nombre del producto
- Las siguientes leyendas:
Gel ultrahidratante de cara 100% natural
Contenido neto 125gr.

Etiqueta posterior

- Nombre del producto
- Descripción del producto y beneficios
- Modo de uso
- Hecho en México
- Datos del productor
- Numero de registro de la FDA

1.5 Empaque

Debido a la naturaleza de nuestro producto y que por su envase ya resistente, no requiere de un empaque especialmente reforzado, el empaque que utilizaremos para transportar nuestro producto a su destino final, serán cajas de cartón con capacidad para almacenar 100 piezas, ya sean de aceite para las pestañas o bien las cremas.

Debido a que nuestro envío inicial será de 500 piezas por cada uno de los cuatro productos, en total necesitaremos 20 cajas, 5 para cada tipo de producto.



Figura 5.7 etiqueta posterior FACE HANDS - CARE



Figura 5.8 etiqueta posterior FACE CARE NIGHT



- Caja 100 piezas EYE LASH: 25cm X 22.5cm X 14cm
Volumen: 7875cm³ Peso total: 4.53 Kgs.
- Caja 100 piezas FACE CARE ACNE: 40cm. X 40cm. X 12cm.
Volumen: 19,200cm³ Peso total: 14.5 Kgs.
- Caja 100 piezas FACE - HANDS CARE: 60cm. X 30cm. X 36cm.
Volumen: 64,800 cm³ Peso total: 18.8 Kgs.
- Caja 100 piezas FACE CARE NIGHT: 60 cm. X 30 cm. X 36 cm.
Volumen: 64,800 cm³ Peso total: 19.3Kgs.



Cajas de cartón con los diferentes tamaños para cada producto donde se colocará la mercancía para su envío.

Figura 5.9 Cajas para envío

* Requerimientos De Etiquetado de la FDA (ver anexo 11)

1.6 Catálogos

Otra de nuestras estrategias es crear un catálogo físico que contará con fotos de los productos, ingredientes, descripción, utilidad y características en inglés, ya que para los norteamericanos es de suma importancia conocer los datos específicos del producto, contraindicaciones, entre otros.

Los catálogos se repartirán en las ferias, y serán enviados por correspondencia a los distribuidores en Estados Unidos. Más adelante se tiene pensado crear los catálogos en línea para agilizar y simplificar la distribución y disminuir costos.



1.7 Marca

Es común pensar que si tu marca y nombre de producto son exitosos en tu país lo serán en el resto del mundo, sin embargo, no siempre es así, ya que los consumidores extranjeros pueden no captar la esencia como nosotros queremos, o simplemente no captar nada a cerca del producto a través de la marca.

Como explicamos anteriormente la empresa exportadora de los productos se llama Plantamex, y ella prestará su nombre para avalar la línea de productos cosméticos 100% naturales, sin embargo la empresa ha creado una nueva marca para esta línea de cosméticos cuyo nombre será más fácil de interpretar para el mercado norteamericano. El nombre de esta línea será: “Natural Leaves”, lo que denota naturalidad, frescura, salud y confianza ya que podemos tener la seguridad de que es un producto a base de ingredientes obtenidos de la naturaleza sin ningún tipo de conservador o químico que nos preocupe.

Los colores que resaltaremos en los productos son el verde, rojo, blanco, y azul, ya que son los que asociamos con la naturaleza, pureza y agua, y combinados entre sí, resultará un agradable diseño.



Logotipo de la línea Natural Leaves

Una hoja simple dentro de un recuadro en colores azul y blanco

La hoja denota naturalidad, y los colores y el diseño elegancia y calidad.

Figura 5.10 Logo Natural Leaves



Logotipo de Plantamex

Una planta creciendo, y debajo el nombre de la empresa.

Con colores llamativos como el rojo y el verde.

El verde es utilizado por su relación con la naturaleza.

Figura 5.11 Logo Plantamex



1.8. Registro de la marca en Estados Unidos

Una marca registrada es una palabra, frase, símbolo o diseño, o una combinación de palabras, frases, símbolos o diseños, que identifican un producto, oficialmente registrado y legalmente restringido al uso del propietario o productor. (Legal Definitions and Terms, n.d.)

El registro de marcas en Estados Unidos no es obligatorio, sin embargo, hacerlo proporciona varios beneficios como:

- Notificación y registro de marca
- Registro sobre la propiedad de la marca y la exclusividad del propietario de usar la marca a nivel nacional de manera adjunta con los bienes y servicios mencionados en su registro
- Habilidad y disponibilidad de entablar un juicio a nivel federal
- Reconocimiento del registro en EUA como antecedente para futuros registros en países extranjeros
- Notificar el registro de marca al Servicio de Aduana de los EUA para prevenir la importación de bienes ilegales o falsos (United Status Patent and Trade Mark Office, 2006)

2. PROMOCIÓN

Esta parte es de suma importancia ya que nos dice cómo vamos a dar a conocer nuestro producto y la manera de lograr un reconocimiento efectivo.

Para poder acertar en nuestras decisiones, es necesario tener muy en claro nuestro mercado a atacar y el comportamiento de nuestro producto en el mismo, y de esta manera darse a conocer con la mejor estrategia.

A continuación se detallan algunos puntos importantes a seguir para el posicionamiento de marca de nuestro producto a través de la promoción que se llevará a cabo.



2.1 Publicidad

El tipo de publicidad a establecer será por medio de folletos que se proporcionarán en los stands que se encontraran dentro de las ferias internacionales a las que se pretende asistir dentro del rubro de cosméticos y productos 100% naturales. Se contará con una página de Internet que contenga toda la información necesaria del producto, así mismo, se distribuirán los catálogos de la línea de cosméticos “Natural Leaves” a los distribuidores interesados.

En los folletos que se proporcionarán dentro de las ferias internacionales en las que se pretende incursionar se utilizaran los colores representativos del emblema de, Plantamex (rojo y verde), la lista e imágenes de nuestros productos a promocionar, la calidad que respalda a los productos, los datos y dirección completa de la empresa, teléfonos de contacto, e mail, lugares de exposición y venta de los productos.

2.2 Estrategias De Promoción

El distribuidor se encargará de posicionar nuestros productos en el extranjero, es decir, recomendará el producto con las principales tiendas minoristas de cosméticos o productos naturales en aquella parte del país, y venderá los productos a las tiendas interesadas. Apoyados por folletos y catálogos otorgados por Plantamex, el distribuidor se encargara de hacer la publicidad correspondiente.

Por otra parte, se visitarán ferias comerciales que son sumamente importantes para la promoción del producto, ya que es un medio idóneo y en éstas los clientes podrán ver la calidad de los productos y se podrá contactar a nuevos clientes. Durante la participación en estas ferias también nos será posible ver la respuesta de las personas ante nuestro producto, las expectativas del negocio y el comportamiento de la competencia.



2.3 Principales ferias comerciales en el rubro de productos 100% naturales

Tomando en cuenta las ferias que se llevarán a cabo en fechas próximas y que podrían ser el comienzo del desarrollo de la empresa como exportadora directa, los eventos a los que hemos decidido asistir son los siguientes:

Tabla 5.1 Ferias Internacionales del sector de productos naturales

EVENTOS INTERNACIONALES		
Evento	Lugar	Fecha de Inicio/Término
Febrero		
Biofach Nuremberg	Centro ferial Núremberg, Alemania	16/02/2006-19/02/2006
Marzo		
Natural products expo west' 2006	Anaheim convention center, U.S.A.	23/03/2006-26/03/2006
Abril		
Expo comida latina Texas	George Brown convention center – Houston, Texas	24/04/2006-25/04/2006
Octubre		
Expo comida latina Los Angeles	Los Angeles Convention center	15/10/2006-16/10/2006

Fuente: Bancomext (2006)

Estas ferias fueron elegidas por la gran aceptación y seriedad que tienen, así como por el número de empresas que participan en ellas. La participación de Plantamex, entre otras, es una manera de buscar más distribuidores red de contactos en el ámbito de sus productos.

Dentro de estas ferias, las estrategias que utilizaremos para atraer a los clientes serán principalmente:

- El vocero de la marca hará promoción de nuestro producto dentro de la feria exhortando a la gente a visitar nuestro stand
- Se darán folletos de la empresa y algunos productos de muestra
- Tendremos personal capacitado en ventas para ofrecer la mejor atención y servicio a los distribuidores y posibles clientes de nuestro producto
- Se brindará toda la información que los clientes soliciten, así como los planes de negociación



- Se llevarán tarjetas de presentación de la comercializadora de Plantamex y de los contactos existentes en Houston.

Como podemos observar en la tabla de ferias, se encuentran dos ferias que no son ni de productos naturales ni de cosméticos. Estas ferias están incluidas, ya que Plantamex, debido a que es una empresa que también fabrica productos alimenticios 100% naturales, asiste a esas ferias promocionando esa rama de productos, es por esta razón que las incluimos ya que dentro de estas ferias también se pueden mencionar la existencia de la línea de cosméticos y dar reconocimiento al nombre de la marca en general.

3. PLAZA

3.1 Puertos y Aduanas

Cuando se decide ofrecer un producto en el mercado extranjero, debe tomarse en cuenta cuál será la mejor opción para transportar y posicionar el producto, es decir, refiriéndose a puerto de Salida, puerto de entrada, aduanas, certificados, normas, B/L, certificados de transporte internacionales y manifiesto de importación, entre otros. Todos estos factores si se manejan bien, pueden ser tomados como una ventaja en el proceso logístico de exportación.

Se ha decidido que la mercancía salga del aeropuerto Internacional de la ciudad de México, pasando por la aduana del mismo y llegando a algún aeropuerto de Estados Unidos. El destino en Estados Unidos cambia según el viaje asignado por la empresa de mensajería. Esto se explica a detalle más adelante.

3.2 Medio de transporte

Debido a la naturaleza de nuestro producto y en base a la investigación realizada, se decidió que el transporte principal al enviar la mercancía, sea por vía aérea. Como mencionamos anteriormente, empezaremos exportando una cantidad moderada de



productos, por lo que la vía marítima es innecesaria y exagerada. Dado que Estados Unidos es nuestro país vecino, el costo del envío aéreo no es tan caro y brinda rapidez y seguridad.

3.3 Canal de distribución

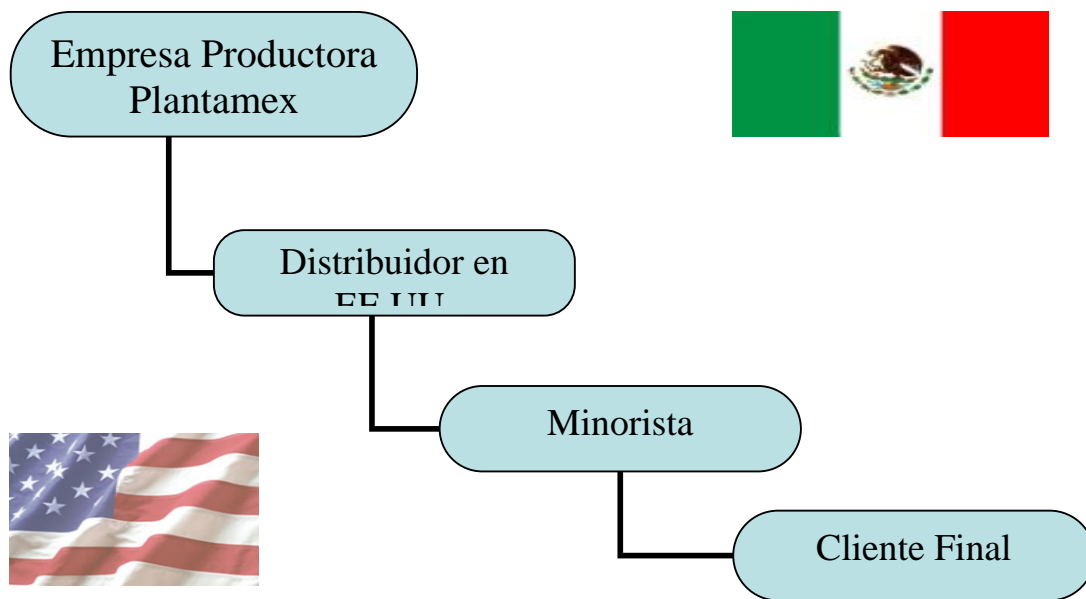


Figura 5.12 Canal de Distribución

La empresa Plantamex, a través de su departamento de exportaciones, enviará sus productos al contacto en Houston, es decir el distribuidor con quien se hará la negociación, quien se encargará de recibir toda la mercancía, pagarle a Plantamex por todas las piezas y a su vez venderlo a tiendas minoristas, quienes se encargarán de venderlo al cliente final. Éste será aquella persona que decida realizar la compra del producto para regalo o uso personal y que no realizará ningún tipo de comercialización del artículo comprado.

Debido a que la empresa Plantamex abrirá el departamento de exportación recientemente y para este proyecto, se deben tomar en cuenta los gastos en que se incurrirán y los cambios que efectuará esto en la empresa.



La manera en como haremos llegar el producto será a través de una empresa de mensajería internacional: UPS, elegida por su gran presencia, prestigio mundial, seguridad y tarifas que manejan, que en este caso después de comparar con tres empresas de mensajería diferentes, nos otorgaron el mejor precio.

La distribución de la mercancía se llevará a cabo de la siguiente manera:

- Transporte terrestre Plantamex (Puebla) - Aeropuerto Benito Juárez (México)
- Transporte aéreo Aeropuerto Benito Juárez – Aeropuerto EE.UU. (puede variar)
- Transporte terrestre Aeropuerto EE.UU. – Puerta del distribuidor en Houston

Los documentos necesarios para poder efectuar la exportación son:

- Carta con descripción de la mercancía
- Carta con valor de la mercancía
- Certificado de origen
- Permiso de la FDA
- Guía (proporcionado por UPS)

3.4 Tiempos de entrega

Se estima desde que se hace el pedido, hasta la entrega del producto en la puerta del cliente.

De acuerdo a la materia prima disponible y al número de empleados, que son 3 para la línea de cosméticos, al día se pueden producir 50 piezas de cada producto, es decir, 200 piezas en total por los cuatro productos. Por lo que la fabricación de 500 piezas de cada producto se llevará a cabo en un total de 10 días hábiles. Esto quiere decir, que en 2 días recibiremos el pedido de nuestro cliente y lo pondremos en marcha, en 10 días hábiles lo produciremos, y en 5 días hábiles se transportará el producto, lo que da un



total de 17 días hábiles, mismos que deberá tomar en cuenta el cliente al momento de hacer su pedido.

3.5 Punto de salida y llegada del producto

El producto saldrá de las puertas de la fábrica de Plantamex para ser entregado a la camioneta de la empresa de mensajería contratada, que en este caso será UPS.

UPS se encargara de los trámites y pagos aduanales, y de depositar nuestra mercancía ya sea en el aeropuerto o en la puerta del distribuidor en el extranjero, según sea el convenio con él. Nosotros sólo deberemos pagar por los gastos logísticos, entregar el certificado de origen y llenar un permiso de entrada a Estados Unidos de la FDA. Así como la factura comercial y la guía de embarque.

Debido que Plantamex ya cuenta con el registro de la FDA esto agilizará los trámites y será más fácil empezar a exportar.

Se ha elegido el INCOTERM DDU porque debido a que haremos la exportación a través de una empresa de mensajería, ellos se encargarán de realizar todos los trámites, facilitándole el trabajo tanto al importador como a nosotros, y debido a que nosotros contratamos a la empresa de mensajería podemos llegar a una negociación que nos convenga en cuanto a precio. Bajo este INCOTERM el importador deberá pagar únicamente por los impuestos en que se incurra, en caso de aplicar.

4. PRECIO

“El precio es la cantidad de dinero que es necesario para adquirir o cambiar una combinación de un producto, y los servicios que lo acompañan” (Stanton, W., 1973, p.420)

A continuación se describen a detalle los puntos que intervienen en la fijación del precio del producto.



4.1 Estrategia de fijación de precio

La fijación del precio inicial para nuestros productos será orientado hacia la demanda de nuestro producto y no tanto a los costos de producción.

Los factores que intervienen en la fijación del precio de venta de un producto pueden ser varios y a veces pueden ser muy complejos y difíciles de estimar, pero en la práctica el panorama es más claro y encontramos 3 factores básicos:

- a) El costo del producto o servicio que se desea ofrecer
- b) Las posibilidades del consumidor que se pretende alcanzar
- c) La acción de la competencia a la cual habrá que enfrentarse

De éstos 3 factores, sólo el primer inciso puede ser controlado por la empresa, ya que los otros se escapan a las posibilidades de control tanto de la empresa como del país (Bancomext, 2005).

Para este estudio se ha decidido fijar el precio por debajo del nivel del precio del mercado, es decir, ubicarnos aproximadamente un 30% por debajo del precio de la competencia. Esto se decidió porque cuando el producto es semejante a los existentes, se puede fijar el precio de venta un poco por debajo del nivel del precio del mercado, y de esta manera, al ser un producto nuevo a un precio bajo, llamará la atención del consumidor y marcará una diferenciación positiva, siempre y cuando se encuentre un balance entre bajar el precio hasta crear un impacto en el cliente, pero no tanto que ponga en duda la calidad del producto. Esta estrategia es efectiva, ya que al ser productos económicamente accesibles, es decir, con precios no muy elevados, generalmente inferiores a los USD \$50, el 30% de margen por debajo de la competencia no se ve exagerado en la diferencia de precios, pero si se refleja en las utilidades.

Basados en los costos del producto (materia prima, mano de obra, envase, empaque y costos logísticos), y estimando el margen de utilidad de la empresa Plantamex, se estableció un precio de venta al distribuidor. Enseguida, se calculó el margen de utilidad del distribuidor que será del 100% y por último las tiendas minoristas que



adquieran el producto para venta final tendrán un margen aproximado de utilidad del 30%. Lo que nos lleva a estimar un costo final de ventas 30% por debajo de la competencia.

Tabla 5.2: Precios al distribuidor, minorista y cliente final, y su comparación con la competencia.

Producto	Costo en Planta	Precio al Distribuidor	Precio al Minorista	Precio al Cliente Final	Competencia
Eyelash	\$ 2.55	\$ 6.00	\$ 12.01	\$17.15	\$ 24.50
Face Care Acne	\$ 2.91	\$ 4.78	\$ 9.56	\$13.65	\$ 19.50
Face Care & Hands	\$ 3.06	\$ 6.12	\$ 12.24	\$17.48	\$ 24.98
Face Care Night	\$ 3.08	\$ 7.34	\$ 14.69	\$20.98	\$ 29.98

Precios en Dólares

Fuente: Creación propia (2006) basado en el estudio financiero de este proyecto.

El precio al cliente final podrá cambiar en algunos casos, dependiendo de la negociación con cada cliente, ya que en ocasiones el importador cubrirá más gastos que en otras. Así mismo, el importador podrá subirle el precio a su conveniencia por factores externos como regulaciones gubernamentales, alteraciones en sus tiempos, etc., sin embargo, debido al alto margen que existe entre el costo de venta al distribuidor y el precio final de venta, los cambios que el distribuidor haga, no afectarán notablemente el precio final.

4.2 Costos Logísticos de exportación e importación

Como mencionamos anteriormente, utilizaremos los servicios de la empresa de mensajería UPS, la cuál resultó ser la más económica, pero no menos confiable. Utilizando su servicio *UPS Worldwide Expedited 5 días hábiles*, que como su nombre lo indica garantiza el envío en un total de 5 días hábiles. Este servicio es el más económico de la empresa y nos conviene porque programando nuestros pedidos con anticipación, podemos calcular los tiempos sin importar que no sean inmediatas las entregas.



A continuación se muestra una tabla comparativa de precios entre las tres principales empresas de mensajería mundiales, basadas en un total de 500 piezas por cada producto, distribuidas en 20 cajas con 100 piezas cada una.

Las especificaciones de cada caja se encuentran en la sección de empaque de este capítulo.

Tabla 5.3 Tabla de cotización con empresas de mensajería

	DHL	UPS	FEDEX
5 cajas de Eyelash	\$283.10	\$133.44	\$151.15
5 cajas de Face care acne	\$563.85	\$414.82	\$460.00
5 cajas de Face care & Hands	\$664.05	\$535.05	\$593.30
5 cajas de Face care night	\$689.10	\$549.12	\$609.16
Total	\$2,200.10	\$1,632.42	\$1,813.61
Precios en Dólares			
DHL			
UPS Worldwide Expedited 5 días hábiles			
FedEx International Economy de 4 a 5 días hábiles			

Fuente: creación propia basada en cotizaciones realizadas telefónica y personalmente en las sucursales de las tres empresas (2006)

El servicio que UPS ofrece en su entrega puerta – puerta es:

- Flete terrestre Plantamex (Puebla) - Aeropuerto Benito Juárez (México)
- Flete aéreo Aeropuerto Benito Juárez – Aeropuerto EE.UU. (puede variar)
- Flete terrestre Aeropuerto EE.UU. – Puerta del distribuidor en Houston
- Combustible
- Seguro
- Corte de guía

Como se mencionó en el capítulo 4, nuestros productos gozan de exención arancelaria y por tal motivo no se debe pagar ningún tipo de restricción arancelaria.

Cuando se da el caso de que existen, los impuestos a la importación los paga el importador al momento de recibir la mercancía.



4.3 Lista de comparación de precios finales entre competidores y Plantamex

Esta tabla recopila los productos más parecidos con los de Plantamex, las cremas son igualmente naturales, sin embargo, algunos competidores del EYE LASH no lo son, por lo que nuestro producto tiene un plus, ofreciendo bajos precios, misma calidad y lo saludable de lo natural.

Tabla 5.4 Comparación de precios de entre Plantamex y la competencia

PRODUCTO PLANTAMEX	PRECIO PLANTAMEX	PRODUCTO DE LA COMPETENCIA	DISTRIBUIDOR	PRECIO
EYELASH	\$17.15	Eyeshash Lipocils Conditioning Gel	Skinterra	\$35.00
		Lash Extender	Skinterra	\$25.00
		Mascara by Real Purity	All natural cosmetics	\$13.50
FACE CARE ACNE	\$13.65	PHLOROGINE TREATMENT	Beauty naturally	\$19.50
FACE CARE & HANDS	\$17.48	NOW WRINKLE RESCUE CREAM	Vitamin discounts	\$25.00
		M.D. Formulated Age Antidote Day Cream-UVA & UVB Spf 15	Organic universe	\$34.95
FACE CARE NIGHT	\$20.98	M.D. Formulated Night Rebuilder	Organic universe	\$36.95

Fuente: Creación propia (2006) basada en las portales de cosméticos naturales

4.4 Condiciones De Venta Y Pago De Los Productos

Después de analizar las diferentes formas de pago internacionales, como cheque, giro bancario, orden de pago, a cuenta abierta (compensar los embarques recibidos con cierta periodicidad, sin liquidar operación por operación, soportando plazos de pago muy largos), las ventas a consignación (el exportador cobra cuando el importador vende la mercancía) y por último las cartas de crédito, que según la Guía Básica del exportador de BANCOMEXT:

Es un instrumento de pago, mediante el cual un banco (banco emisor) asume el compromiso escrito por cuenta y orden de una persona física o moral (comprador)



a favor de un tercero (vendedor) de pagar una suma de dinero o de aceptar letras de cambio a favor del vendedor, ya sea en sus cajas o a través de otro banco (banco notificador / confirmador), contra la presentación de documentos relativos a la venta de mercancías o prestación de servicios, los cuales deben cumplir estricta y literalmente con los términos y condiciones estipulados en la Carta de Crédito. (2005, p.199)

Se ha decidido que las condiciones de venta y pago de la línea de cosméticos “Natural Leaves” de la empresa Plantamex, sea llevada a cabo a través de Cartas de Crédito, debido a la seguridad y confiabilidad que brindan.

El proceso de venta se llevará a cabo una vez recibido el pedido, que podrá ser vía Internet a través de la página Web de la empresa o ya bien, vía telefónica. Se le recomienda al importador que realice su pedido mínimo con 17 días de anticipación, ya que es el tiempo total entre recepción del pedido, trámites correspondientes a la Carta de Crédito, inicio de la producción y envío.

Las cartas de crédito se pueden clasificar de 3 modos:

a) Por la facilidad para modificarse o cancelarse:

Revocables e Irrevocables

b) Por Compromiso de pago:

Notificada y Confirmada

c) Por Disponibilidad de pago:

Pago a la vista, Pago diferido, Aceptación y Negociación

Plantamex, negociará bajo condiciones de una Carta de Crédito Irrevocable, confirmada, con pago a la vista, ya que esta sólo puede ser modificada o cancelada por común acuerdo de todas las partes involucradas, además le proporciona a la empresa la seguridad de pago absoluta, ya que el banco confirmador se compromete a pagarle al beneficiario el importe total de la carta de crédito. La razón de esta elección, es como medida de seguridad para ambas partes, y cumplimiento de objetivos, es decir, que Plantamex reciba el precio pactado, y que el importador reciba la mercancía o servicio acordado.



A mediando plazo se tiene pensada la opción de otorgar crédito a los distribuidores, especialmente con los que ya se tenga una relación de confianza, es decir, se impondrá una política de plazos máximos de pago a 30 días. Esto será un aspecto a negociar con cada distribuidor.

Una vez estipuladas las condiciones de envío, venta y pago, se procede a realizar el cálculo financiero que nos indicará si es rentable la realización de este proyecto. De esta manera, se descubrirán las cifras que alentarán o desanimarán a los dueños de Plantamex para dar luz verde al proyecto.