



***Universidad Popular Autónoma
del Estado de Puebla***

Facultad de Comercio Internacional

**“PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE
EXPRIMIDORES DE LIMON A GRECIA”**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN RECEPCIONAL
PARA OBTENER EL TITULO DE:**

LICENCIADO EN COMERCIO INTERNACIONAL

PRESENTAN:

**GEORGIA DIMOPOULOS WITTIG
SHEILA MA. ELIZONDO ASTORGA**

PUEBLA, PUE.

ENERO 2002



UPAEP – Secretaría General

Dirección General de Apoyos Académicos

Dirección del Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación.

Biblioteca Central - **Karol Wojtyla**

Tesis Digitales Restricciones de uso:

DERECHOS RESERVADOS ©

PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de textos, imágenes, gráficas, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente de donde la obtuvo mencionando el autor o autores involucrados en el documento.

Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

AGRADECIMIENTOS

A DIOS:

Por estar siempre conmigo.

A MIS PADRES:

ING. GEORGES DIMOPOULOS C.
PATRICIA WITTIG G.

Gracias por darme la vida, por darme armas para triunfar en la vida y apoyarme en todas mis decisiones.

Gracias por su paciencia, ayuda y comprensión y por enseñarme que en la vida hay que luchar por lo que se quiere.

Los quiero mucho.

A MI HERMANA:

Fany Dimopoulos Wittig.

Que siempre ha estado conmigo en las buenas y en las malas. Gracias por ser mi amiga.

A MI FAMILIA:

A mis primos: Juven (Por tu gran apoyo), Gaby, Lichis, Lore (eres una persona muy importante en mi vida, gracias por todo tu apoyo), Fede, Quique, Monis, Olguis, Fer, Chato y Mauri, a todos gracias por ser mis amigos..

A todos mis tíos por unir a la familia, y apoyarme.

A mis abuelos recuerden que los quiero mucho

A MIS AMIGOS:

Rodrigo, Rey, Mau, Pato, Miguel, Pepe, Chucho, Juan Carlos, Sheila (Eres una excelente amiga, recuerda que Te Quiero Mucho), Melina, Marce (Gracias por todo), Betza, Nellie, Irma, Chio y a todos los que se consideren que son mis amigos, gracias por apoyarme en todo y gracias por estar siempre cuando los necesito.

A ALEX:

Eres una persona muy importante para mi, gracias por dejarme ver mis errores así como apoyarme en todo. Gracias por quererme y cuidarme. Eres un gran apoyo para mi, nunca cambies. Te amo.

A MIS MAESTROS:

Gracias a todos por transmitirme sus conocimientos, le agradezco a cada uno el tiempo que me brindó.

GEORGIA DIMOPOULOS WITTIG

AGRADECIMIENTOS

A DIOS:

Por permitirme llegar hasta este momento tan importante en mi vida. Por haberme dado la familia y los amigos que tengo. Por no dejarme nunca sola y por todas las lecciones tanto buenas y malas que me han pasado.

A MIS PADRES:

Cap. Alt. Miguel Angel Elizondo Silva.
Ma. Magdalena Astorga de Elizondo.

Por sus principios, que sin ellos no hubiera podido ser lo que soy. Gracias por la confianza y el apoyo que siempre me han dado. Gracias también por todos los sacrificios que han hecho por mí. Gracias Mamá, por ser la mejor amiga y a ti Papá por ser mi ejemplo a seguir. Los quiero Mucho.

A MIS HERMANOS:

Ing. Miguel Angel Elizondo Astorga.
Lic. José Ramón Elizondo Astorga.
Marcela Elizondo Astorga.

Que son una parte muy importante en mi vida, por que sé que siempre estarán en las buenas y en las malas. gracias por el apoyo y el cariño que siempre me han dado. Los quiero Mucho.

A MIS TIAS:

María Luisa Astorga de Robles.
Rosa Osuna de López.

Que aunque ya no estén conmigo, sé que en donde se encuentren les llenará de orgullo saber que sus enseñanzas y sus consejos valieron la pena. Gracias por guiarme siempre.

A TI TOLU:

Lic. Patricio García Fuentes.

Gracias por el apoyo que siempre me has dado, le doy gracias a Dios por haberme puesto en el camino una persona como tú, Sé que con nadie podría ser tan feliz. Te Quiero Mucho.

A MIS AMIGOS:

Perla, Fany, Chabeli, Georgi, Melina, Olga, (Mis amigas Inseparables). Ady, Rosella, Virucha, Carola, Gaby, Cheli, Aidé, Bianka, Jovanette, Güera, Adrisel, Camelia, Elisa, Bere, Julia, Mireya, etc... Siempre serán una hermana más para mí, les agradezco de todo corazón la amistad incondicional que siempre me han brindado. A ti Negrito (Por estar cuando más te necesito, Gracias por ser un buen amigo). A ti Geme (por ser un gran amigo), A Rodrigo, Roger, Kuri, Pupis, Abiti, Chief, Killer, Neto, Parquilla, Chivo, Tico, Sadol, Loncho, etc...

A MI SOBRINO:

Por hacerme muy feliz. Te extraño mucho mi Papo.

Sheila M. Elizondo Astorga.

AGRADECIMIENTOS

AGRADECEMOS DE MANERA MUY ESPECIAL A NUESTRO ASESOR

LIC. FRANCISCO VILLARREAL POR TODO SU APOYO Y PACIENCIA PARA LA ELABORACION DE ESTE PROYECTO.

AGRADECEMOS TAMBIÉN A LIC. MAITE ALCANTARA POR SIEMPRE CONTAR CON SU AYUDA INCONDICIONAL.

Y AGRADECEMOS A LA FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL POR SU APOYO, ASI TAMBIÉN AL GRUPO DE MAESTROS CON LOS QUE TUVIMOS LA OPORTUNIDAD DE TOMAR CLASES.

Georgia Dimopoulos W.
Sheila M. Elizondo A.

INDICE

CAPITULO 1	
DESCRIPCION Del NEGOCIO.....	4-8
1.1 Misión	
1.2 Antecedentes	
1.3 Estrategia propuesta para ingresar	
1.4 Descripción del producto	
1.5 Desarrollo e investigación del producto	
1.6 Clasificación arancelaria	
1.7 Descripción mercadológica	
1.8 Productos competidores	
1.9 Mantenimiento y respaldo	
1.10 Investigación y desarrollo	
 CAPITULO 2	
ANÁLISIS DE MERCADO.....	9-19
2.1 Descripción de la industria en el mercado meta	
2.2 Descripción del país	
2.2.1 Datos generales	
2.2.2 Economía de Grecia	
2.2.3 Comercio Exterior	
2.2.4 Relaciones con México	
2.2.5 Consideraciones políticas y legales	
2.2.6 Indicadores sociales	
2.3 Mercado meta	
2.4 Investigación de mercado	
2.5 Anexos	
 CAPITULO 3	
ESTRUCTURA	
ORGANIZACIONAL.....	20-21
3.1 Organigrama	

CAPITULO 4
OPERACIONES.....22-23

- 4.1 Estrategias de comercialización
 - 4.1.1 Producto
 - 4.1.2 Precio
 - 4.1.3 Transporte/Distribución
 - 4.1.4 Anexos

CAPITULO 5
RIESGOSCRITICOS.....24-25

- 5.1 Riesgos
- 5.2 Planes de contingencia

CAPITULO 6
PROYECCIONES FINANCIERAS.....26-31

- 6.1 Estado de resultados mensual
- 6.2 Estado de resultados anual (a cinco años)
- 6.3 Balance general anual (a cinco años)
- 6.4 Flujo de efectivo anual (a cinco años)

ANEXOS

INTRODUCCIÓN

En esta época en la que realizamos un esfuerzo notable a favor de nuestra economía, uno de los factores más importantes es el intercambio comercial con el resto del mundo. Nuestra economía depende en gran parte de las exportaciones que realizamos, y la mayoría de ellas son destinadas a nuestro principal socio comercial que es Estados Unidos, a partir del año pasado (2000) los Estados Unidos de Norteamérica enfrentan una desaceleración Económica que afectó en forma general las economías mundiales y muy en particular a los mexicanos, es por eso que hoy en día debemos buscar nuevos mercados para que situaciones como estas no nos afecten.

México no puede evitar la globalización económica, ni estar indiferente ante los nuevos desarrollos económicos y de integración comercial. Existe una política en México derivada de su experiencia histórica que busca la necesidad de diversificar sus relaciones económicas, comerciales y políticas; no únicamente con la intención de aumentar el desarrollo económico nacional, sino también de buscar mayor equilibrio en sus relaciones internacionales, fundamentalmente con Estados Unidos.

Nuestros principales socios comerciales son Estados Unidos, Canadá que abarcan más del 75% de nuestras exportaciones, es importante mencionar los mercados de Europa, Centro y Sudamérica. México en los últimos años se ha visto competitivo en el ámbito comercial gracias a los Tratados y Acuerdos comerciales que se han firmado con los países claves para el comercio. Después de la firma de los tratados México se ha beneficiado con la desgravación de los aranceles de importación y exportación en el punto específico de la Comunidad Europea.

Debido a los problemas económicos por los que atraviesa Estados Unidos la situación económica en México se ha visto afectada, ya que muchas empresas han bajado su producción en más del 50%, esta situación propicia al desempleo masivo en nuestro país afectando su desarrollo.

México ante esta situación tiene la necesidad de ampliar sus mercados de consumo por lo que es conveniente dar mayor énfasis al mercado de la Comunidad Europea y obtener el mayor provecho posible al TLCUE.(Tratado de libre comercio con la Unión Europea) buscando crear un excelente bloque económico de mercado potencial.

El reto de México es diversificar sus relaciones comerciales y económicas para garantizar el desarrollo del país. La estrategia que México podría seguir es incursionar en mercados vírgenes y que pueden ser el crecimiento y desarrollo para México.

CAPITULO I

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

1.1 Misión del negocio

El objetivo de nuestra comercializadora es introducir al mercado griego artículos domésticos mexicanos de alta calidad a un precio accesible comprometiéndonos a satisfacer totalmente las necesidades de nuestros consumidores.

1.2 Antecedentes

La Detección de necesidad en el mercado griego del producto objeto de exportación (exprimidor de limón) se llevó a cabo en una primera fase a través de entrevistas con personas que provenientes de Grecia visitaron nuestro país.

1.3 Estrategia propuesta para ingresar al mercado

La estrategia de entrada al mercado griego de los exprimidores de limón es por medio de un distribuidor ya que se consiguió el contacto y esta persona esta sumamente interesada en el producto.

Esta persona se dedica a la comercialización de varios productos de importación por lo que tiene mucha experiencia en el campo, así que como ella tiene varios contactos a quien venderles este producto no le será difícil vender el producto.

Se ha decidido a petición del distribuidor proveerle 1000 piezas al mes para empezar.

El distribuidor se encuentra ubicado en Atenas, Grecia, por lo que en el acuerdo realizado le enviaremos la mercancía puerta a puerta, por lo que al precio le aumentaremos todos los gastos de transportación.

Nuestro distribuidor será:

Sra. Arguiro Gkioyri
Tel. 98-30-1-9320245
Domicilio: Atreidon 3 Agios Artemios Gouba
Atenas, Grecia.

1.4 Descripción del producto

Este es un producto que es realizado con estrictas normas de calidad ,y es creado por manos 100% mexicanas.

Nuestro producto esta hecho de acero fundido sin esmalte, tiene un diámetro diferente a los exprimidores comunes ya que el limón que se produce en Grecia es de mayor tamaño que el limón mexicano, , es de color gris.

El exprimidor de limón es un aparato muy compacto mide 21 cm. de largo y 8 cm. de diámetro.

Creemos que este producto va a tener éxito, ya que las personas tienen que exprimir el limón con la mano, el tipo de limón que existe en Grecia es muy grande y les cuesta trabajo extraer todo el jugo del cítrico.

Los cambios sociales en el consumo de alimentos han cambiado, el consumidor tiende a ocupar menos tiempo en la realización de las comidas, esto ha repercutido también en que el consumidor busque un método más rápido para exprimir los limones ya que gastan un mayor tiempo en hacerlo con la mano que con un exprimidor.

Este producto tiene la mayor ventaja competitiva ya que no existe ningún tipo de competidor en el mercado griego, a este producto se le considera que no tiene un ciclo de vida limitada.

En el aspecto de permiso gubernamental para poder introducir los exprimidores en el mercado griego, no se encontró ningún tipo de permiso. Este producto estará protegido con la marca.

1.5 Desarrollo e investigación del producto

El producto es de fabricación especial para nuestra empresa, ya que se hará una modificación en el diseño, a fin de adaptarlo a las características de tamaño que presenta este cítrico (limón) en Grecia. Por que estos tendrán que ser más grandes, debido al que el tipo del limón es muy diferente y los exprimidores convencionales no servirían.

El producto se encuentra al nivel de prototipo ya que solo se tiene que producir y enviarlo. El prototipo estará listo en 15 días para que el producto esté listo para enviarlo.

1.6 Clasificación Arancelaria

Partida 7323 Artículos de uso domésticos y sus partes, de fundición, hierro o acero; lana de hierro acero; esponjas, estropajos, guantes y artículos similares para fregar, lustrar o usos análogos, de hierro o acero.

Subpartida 732391 DE fundición sin esmaltar

1.7 Descripción mercadológica

Nuestro mercado principal son las amas de casa, ya que en Grecia utilizan 80% el limón en los platillos griegos y ellas son destinatarias del producto.

Por eso nos hemos enfocado más a las amas de casa ya que ellas son las que hacen las labores de la casa.

No excluyendo otro tipo de usuarios como pueden ser los ligados a la industria gastronómica.

1.8 Productos competidores

El producto no tiene competencia por que no existe nada similar a los exprimidores de limón, ya que se introducen por primera vez en el mercado griego.

En Atenas Grecia no existe ningún tipo de aparato para exprimir los limones. La manera en que los griegos exprimen el limón es con las manos. Nosotros seriamos los primeros en introducir exprimidores de limón al mercado griego.

1.9 Mantenimiento y respaldo

Nuestro producto se considera de larga duración, y no hay riesgo que se rompa ó se dañe por una caída, ya que está elaborado con acero inoxidable. y es muy poco probable que le suceda algo al mismo, en caso de que nuestro producto tuviera alguna imperfección por el traslado el distribuidor cuenta con la garantía de nuestra parte para reponerlo.

1.10 Investigación y desarrollo

El producto se realizará especialmente para nuestra empresa, ya que se hará una modificación en el diseño, Debido a que en Grecia el tipo de limón es diferente al mexicano, el tipo de limón en Grecia es más grande. Y por eso se tendrá que hacer un diseño especial.

CAPITULO II

ANALISIS DE MERCADO

2.1 Descripción de la industria en el mercado meta

Las fuerzas que están influenciando en el crecimiento del mercado meta es la apertura comercial que existe con la firma del tratado de libre comercio con la Unión Europea ya que esta es una gran oportunidad para que los mercados se abran y haya mas intercambio entre los países.

Solo afectaría a nuestro producto un tipo de innovación tecnológica, que seria introducir exprimidores de limón eléctricos, pero por el precio de ese producto no nos quitaría la ventaja competitiva.

Las regulaciones gubernamentales no afectarán la entrada de nuestro producto a Grecia.

La industria del limón en Grecia es grande y tiene una alta demanda en este país, por consiguiente es necesario introducir al mercado griego un aparato que facilite las necesidades de los consumidores.

Si bien el uso y consumo del limón a nivel internacional es diferente según las costumbres y tradiciones de cada país, destaca su aprovechamiento como limón fresco en Grecia para condimento de sopas, carnes, mariscos, ensaladas y botanas.

También se utiliza en la preparación de limonadas calientes o té negro con limón, en Grecia por los fríos inviernos. Muchas bebidas y cócteles estarían incompletos sin limón.

Durante el periodo de 1994 al 2000, la demanda interna de limón en Grecia se ha ido incrementando debido a su alta importancia en las comidas y bebidas del país.

Conforme a los beneficios obtenidos en el Tratado con Europa, al inicio del año 2003 nuestro país podrá exportar libre de aranceles frutos cítricos como el limón mexicano y esto nos dará mucha mayor seguridad que nuestro producto es un excelente mercado para Grecia y todo Europa.

DATOS DE PRODUCCION Y COMERCIO INTERNACIONAL DE LA INDUSTRIA DEL LIMÓN.

**Mundo y
principales países
Limonos Limones
miles de
toneladas**

		Importaciones	Exportaciones
MUNDO	8.842	1.222	1.301
Europa	1.245	1.361	1.083
Grecia	179	6	54
México	1.089	3	169

2.2 Descripción de Grecia

2.2.1 Datos Generales

Nombre oficial: República Helénica

Extensión: 131.957 Km2

Población: 10,600,000 Habitantes.

Capital: Atenas

Territorio y población: Grecia es un país cuyo territorio es de 131,397 Km2. En Grecia viven 10,6 millones, de los cuales el 95% son griegos, el 2% macedonios, el 1% son turcos y el 1% albaneses, su densidad es de 80 habitantes por kilómetro cuadrado.

Idioma: Griego

Religión: El 98% pertenece a la iglesia greco ortodoxa.

Flora:

Grecia ha sufrido una profunda transformación con el paso del tiempo. Hace siglos existían grandes extensiones de frondosos bosques de acebos, encinas, castaños, fresnos, olmos, hayas y coníferas como alerces y abetos de los que en nuestros días sólo se encuentran algunas muestras, especialmente en las zonas de la Cadena del Pindo o en el Olimpo. También la típica vegetación mediterránea ha sido sustituida en buena medida por la phrygana, páramos con arbustos bajos, aunque todavía se pueden encontrar olivos, cítricos, acebos, jaras, laureles, acantos, hibiscos, enebros y algarrobos, entre otras especies. Se puede encontrar maquis, típico matorral del Mediterráneo, chaparral de California, fynbos de Africa del sur y 'mallee serub' del suroeste africano. En Grecia no es difícil disfrutar de distintas especies de orquídeas todas ellas de gran belleza. También crecen narcisos, tulipanes, azucenas de Calcedonia, adelfas, campanillas y ciclámenes

Aún con este cambio, Grecia sigue contando con una hermosa vegetación muy variada, de hecho se han llegado a registrar 6.000 especies autóctonas muchas de ellas endémicas.

Fauna:

La fauna también ha sufrido una profunda reestructuración y se cree que en la antigüedad vivían leones, chacales y camellos. En nuestros días no encontraremos ningún felino salvaje de hermosa melena pero sí gran número de otras especies como osos pardos, lobos, ciervos, jabalíes, culebras gato, corzos, nutrias, gamos, gatos monteses, linceos, zorros, puercos espín, liebres, ardillas, tortugas marinas y Hermann, escorpiones y gran cantidad de aves como la cigüeña común, águilas, garcillas cangrejeras, alcotanes, abejarucos, buitres africanos, cormoranes, mochuelos, pelícanos, golondrinas y lechuzas. En fauna marina destacan el pargo, el mero, el dentón común, el salmonete, el pulpo, el bonito de lomo listado y el sargo común.

En los últimos tiempos el gobierno griego ha comenzado a preocuparse seriamente por la protección de las especies declarando diez Reservas protegidas que comprenden unas 64.000 hectáreas. Destacan el Lago de Prespa, el Macizo del Olimpo, la Garganta de Amarión en Creta, el Cabo Sunión y el Monte Parnaso

Fiesta nacional: 25 de marzo (Día de la independencia)

Moneda: Dracma y Euro (Nueva moneda oficial)

Forma de estado: República parlamentaria

2.2.2 Economía de Grecia:

En los últimos años Grecia ha estado protagonizando una serie de cambios en su economía. Grecia disfruta de uno de los mejores períodos de prosperidad de este siglo. A la vez que entra en la era digital y de Internet con mucha fuerza, el país se convierte en uno de los países líderes en inversiones en la Europa del Este:

- Construye autopistas y modernas líneas de ferrocarril a lo largo y ancho del país.
- Desarrolla uno de los mercados de telefonía móvil más dinámicos del mundo.
- Finaliza la construcción del que será el aeropuerto más avanzado de Europa.
- Se prepara para celebrar los próximos Juegos Olímpicos.
- Es el país que protagoniza la mejor evolución económica de toda la Unión Europea, conteniendo precios, eliminando deuda, asegurando y ampliando pensiones, rebajando la inflación a mínimos históricos y con un crecimiento sólido y sostenido del PIB.

La evolución económica del país en los últimos años ha sido muy positiva. Grecia ha convertido una economía con múltiples déficits, desequilibrios económicos, sin apenas crecimiento y alejada de las medias de la Unión Europea en una de las economías más dinámicas del continente. Las cifras son excelentes: la economía griega crece a un 3,5% anual, la inflación se ha reducido de cifras de dos números a un 3%, y la inversión en el país crece a un ritmo del 10%.

En relación con el comercio exterior, las cifras son también buenas. Las exportaciones volvieron a crecer el último año, aunque sin llegar a superar el récord de 1994 (en que el incremento de las exportaciones superó el 160% de un año para otro).

El sector que más dinámico se ha mostrado en este tipo de operaciones ha sido, sin duda, el sector financiero. Muchas entidades se han lanzado a efectuar fusiones, adquisiciones, compras y ventas. Las múltiples fusiones están resultando en la consolidación de cuatro grandes grupos bancarios importantes en el país: Alpha Bank, Credit Bank, Evrobank y Piraias Bank.

Es importante hacer mención del proyecto-estrella: la construcción del nuevo aeropuerto internacional de Atenas, de nombre "Eleftherios Venizelos", y que será el aeropuerto más avanzado tecnológicamente del continente, y que deberá entrar en vigor en Primavera del 2001.

Los Juegos Olímpicos del 2004, para los que Atenas se prepara, incentivarán aún más si cabe el dinamismo de la economía griega. Se estima que las Olimpiadas generaran un 2,5% de incremento adicional del PIB, y que atraerán a unos 2 millones de visitantes extra al país.

Pero los éxitos económicos griegos no sólo se dan a escala doméstica. En el extranjero las empresas griegas están aumentando considerablemente su presencia fuera del país. En la Península Balcánica, Grecia es hoy ya el tercer mayor inversor extranjero por volumen de capital invertido, y Thessaloniki, la capital del Norte de Grecia, se ha convertido en el centro comercial y financiero para los emergentes mercados de toda la Península Balcánica. La segunda ciudad de Grecia es la sede del Banco del Comercio y Desarrollo de la zona del Mar Negro, y su bolsa, en conexión directa con la bolsa de Atenas y de otras plazas europeas, gana enteros por momentos.

Grecia sigue siendo el líder mundial en propiedad de barcos mercantes, que juntos cargan 75 millones de toneladas, el 16% de la capacidad total del planeta. Los barcos de bandera griega representan el 8% del total, con Grecia siendo el líder mundial después de banderas de conveniencia como Panamá o Liberia. La flota mercante griega es la primera con diferencia de la Unión Europea: el 50% de la flota mercante de la UE es griega. Ello, a la vez que la flota mercante griega sigue reciclándose, con buques más modernos y seguros. Hoy, la media de edad de los buques griegos es de sólo 9 años. Como líder mundial en comercio transoceánico que es, Grecia tiene una de las legislaciones más avanzadas y estrictas en lo que concierne a barcos mercantes: los barcos deben desgazarse obligatoriamente después de sólo 20 años de servicio.

La Marina mercante griega supone una de las piedras angulares de la economía helénica. Sólo en 1995, las operaciones mercantiles con barcos supusieron para Grecia la entrada de 2,191 miles de millones de dólares. El 3% de la población activa empleada en Grecia trabaja en funciones relacionadas con la Marina mercante, y de ella depende directamente o parcialmente los ingresos del 5% de las familias helénicas.

Otra de las principales industria del país es el turismo. En 1999 las cifras de turistas volvieron a crecer, superando los 12,5 millones de turistas, a pesar de la crisis en la vecina ex-Yugoslavia. El objetivo del Organismo Nacional del Turismo es mantener la clientela de Europa occidental.

Aunque los sectores industrial y turístico siguen manteniendo su relevancia en la nueva cara económica de Grecia, el mejor sector del país es, el sector tecnológico y de la nueva economía, algo que es sintomático de los cambios por los que atraviesa el país. El mercado griego de la telefonía móvil en el 2000 fue el que más creció en Europa detrás del de España.

Pero es que la fiebre tecnológica no se limita al móvil , sino también a la informática: Grecia se convirtió el año pasado en la octava nación del mundo con el mayor incremento relativo del sector de informática y telecomunicaciones del mundo.

Y lo que es aún más espectacular: Grecia es ahora mismo el país del planeta que más invierte en nuevas tecnologías, un 2,9% de su PIB. No es nada raro ver a niños de 12 años hablando por teléfonos celulares.

Grecia es un país que posee uno de los mercados de telefonía móvil más dinámicos y mejor configurados del mundo. La supremacía en el mercado griego de telecomunicaciones puede suponer la apertura de las puertas de un mercado mucho más amplio, el de los Balcanes, la región del Mar Negro e incluso Oriente Medio.

La buena economía por la que atraviesa el país se ve reflejada en el incremento de los salarios. En 1999 el salario medio griego superaba ya al italiano, y el año pasado volvía a crecer más que en los otros países meridionales de la Unión Europea.

Si bien los salarios de los trabajadores se han visto incrementados en los últimos años, también es verdad que la productividad de esos mismos trabajadores también se ha incrementado. Los griegos hacen honor a su fama de pueblo trabajador: los trabajadores griegos son los que más trabajan en el mundo desarrollado, superando a los de Japón y a Estados Unidos. En Grecia sólo el 40% de la población tiene una jornada laboral de 8 horas diarias; más de la mitad de los trabajadores griegos trabajan 9 o más horas al día.

Una de las razones para este gran esfuerzo laboral radica en la necesidad de satisfacer la gran demanda de servicios en las que se encuentran inmersas multitud de empresas griegas, debido al dinamismo de la economía. No es raro encontrarse con empresas que en sólo un año multiplican por dos su plantilla. Para no agotar a los trabajadores helénicos, los empresarios griegos han tenido que echar mano de la inmigración, un recurso que está cambiando la idiosincrasia de la pequeña república helénica, demasiado habituada a la homogeneidad étnica y religiosa.

En poco más de 10 años, Grecia ha pasado de ser un rincón de Europa puro y religiosamente homogéneo a convertirse en un auténtico imán para los inmigrantes extranjeros. Grecia tiene uno de los índices de inmigración más altos de la Unión Europea. El centro de Atenas se ha convertido en un auténtico crisol de pueblos y culturas, con multitud de restaurantes y negocios regentados por kurdos, iraníes, senegaleses, búlgaros, albaneses, polacos, egipcios, paquistaníes, etc. La mayoría de los inmigrantes vienen atraídos por un mercado laboral con multitud de ofertas laborales.

El desempleo nunca ha supuesto un problema grave en Grecia, ya que en los últimos 20 años nunca ha sobrepasado el 10% o el 11%. Incluso en 1974 Grecia se convirtió en el primer país de Europa en conseguir pleno empleo, con un desempleo marginal técnico que no superaba el 2%.

La inmensa mayoría de los inmigrantes llegados se emplean en trabajos sin cualificar, en el campo o en la hostelería, trabajos que los griegos ya no quieren hacer.

2.2.3 Comercio Exterior:

Estructura de la balanza comercial (Millones de dólares)

	1998	1999	2000
Importación	26,965	27,026	28,400
Exportación	11,161	10,593	10,950
Saldo	-15,804	-16,433	-17,450

Distribución de Comercio por países

Principales clientes		Principales Proveedores	
	%		%
Alemania	18,4	Italia	16,3
Italia	11,9	Alemania	15,3
Reino Unido	6,7	Francia	8,7

Distribución de Comercio por productos

Principales Mill. Dólares	Exportaciones	Principales Importaciones Dólares	Mill.
Manufacturas	2,892	Manufacturas	9,391
Alimentos y Bebidas	1,033	Bienes de Capital	5,643
Petróleo	601	Alimentos	3,138

Cambio de Divisas: 1 Euro = 333.1130 Dracmas griegos

Jefe de Estado: Constantinos Stefanopoulos

Gobierno: Primer Ministro Costas Simitis

Ministro de Asuntos exteriores: Georges Papandreou

Puertos comerciales internacionales:

Los principales puertos del país son El Pireo (Puerto de Atenas) y Salónica (Principal centro de transbordo y redistribución del tráfico de mercancías hacia los Balcanes y el Mar Negro). Prácticamente la totalidad del tráfico internacional de mercancías se efectúa por vía marítima al igual que una parte considerable del nacional, debido a la estructura insular de Grecia.

Aeropuertos Internacionales:

Son 15, los principales están en Atenas, Salónica, e Iraklion.

2.2.4 Relaciones con México:

Comercio México – Grecia

Balanza Comercial	1997 DlIs	1998 DlIs	1999 DlIs	2000 DlIs
Importaciones	54,833	34,811	31,948	45,000
Exportaciones	126,061	151,130	154,129	179,569
Saldo	71,228	116,319	122,181	133,771

Fuente: Bancomext

Indicadores económicos de Grecia

	1998	1999	2000
PIB Mill. Dólares	119,900	120,800	123,400
PIB Per cápita DlIs.	11,419	11,396	11,641
Tasa de Inflación	5,4	4,5	2,4
Tipo de cambio sobre Dólares	273,1	295,5	305,7

2.2.5 Consideraciones políticas y legales

Grecia desde el punto de vista político es estable ya que no existe ningún tipo de conflicto con los demás países.

Para la inversión extranjera y el comercio exterior existe un clima saludable, ya que el gobierno de este país esta abriendo las puertas para que haya comercio con ellos, ya que desde su ingreso en la Comunidad Europea se ha visto un cambio muy favorable. No existe ninguna ley que impida el comercio con Grecia.

2.2.6 Indicadores sociales

Densidad de población (hab/km²): 80,3

Esperanza de vida al nacer (años): 78

Crecimiento de la población anual medio (%): 0,5

Tasa de fecundidad: 1,3

Tasa bruta de mortalidad infantil por mil: 7

Población urbana (%): 60

2.3 Mercado meta

Nuestra comercializadora tiene pensado como mercado inicial a las amas de casa, ya que estas son las que utilizan más el jugo del limón para hacer sus platillos, sin embargo es un producto que cualquier persona lo puede necesitar y utilizar.

El mercado más preciso al que queremos llegar sería a toda ama de casa, así como también a los jóvenes que viven solos y que les ayudaría para reducir el tiempo y tener mayor comodidad al exprimir los limones.

2.4 Investigación de mercado

La investigación que se realizó fue por medio de encuestas realizadas por nuestro distribuidor en Grecia.

La encuesta fue realizada exclusivamente a amas de casa que es nuestro principal mercado en Atenas, Grecia (VER ANEXO 1)

CAPITULO III

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Los miembros de esta empresa son dos ya que es una empresa de nueva creación y lo que se intenta es tener menos gastos.

La empresa será constituida bajo la figura de sociedad de responsabilidad limitada, cuya obligación de los socios se limita al pago de las acciones.

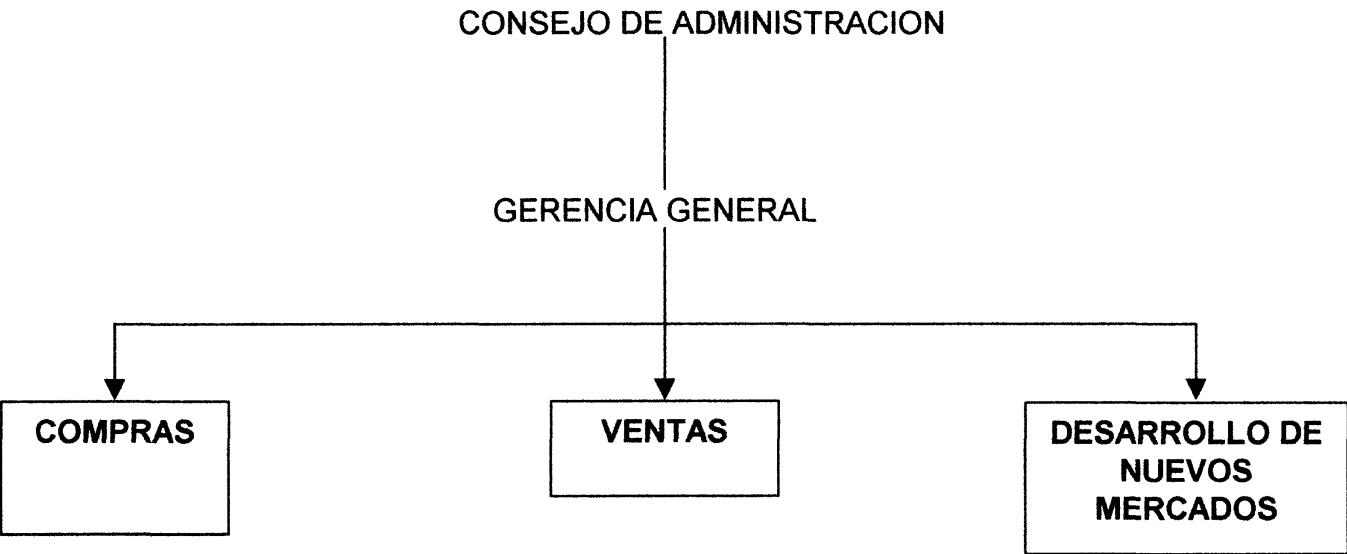
En cuanto a que es un proyecto de reciente creación, será operada por los socios, incorporando el personal que sea necesario a futuro, conforme el crecimiento lo vaya requiriendo. Para empezar a operar no se utilizará ninguna renta, ni teléfono únicamente se operará con una computadora prestada por donde se mandarían mails a nuestro distribuidor y proveedor para estar en contacto, por lo que no se requerirá de mayores empleados que los accionistas que a su vez se encargarán uno de ventas y el otro de la administración.

Lo anterior a fin de optimizar recursos, trasladando este objetivo incluso a la infraestructura e instalaciones de la empresa.

Las acciones se dividirán en:

50% Sheila Elizondo Astorga	\$25,000
50% Georgía Dimopoulos Wittig	\$25,000

3.1 Organigrama



CAPITULO IV

OPERACIONES

4.1 Estrategias de comercialización

4.1.1. Producto

Nuestro proveedor realizará un diseño especial del producto para la comercializadora, pues como se ha mencionado es necesario el cambio por el tamaño del limón que existe en Grecia. El diseño que se va a realizar es exclusivamente para la comercializadora.

4.1.2. Precio

Como resultado de un estudio comparativo en las tarifas de aérea se concluyó que SPEDAG Y SAYMA son las que nos convenía más(ver anexo 2).

El costo del empaque y embalaje vienen expresados en el (anexo 2), así como el costo del flete únicamente.

EL porcentaje de utilidad presupuestado es de 30% sobre el costo.

El costo del exprimidor para el distribuidor será de pesos y le vamos a vender 1000 exprimidores (VER ANEXO 2).

4.1.3 Transporte/Distribución.

Se está vendiendo directamente a un distribuidor en Atenas, Grecia.

El flete marítimo no nos convenía debido a que la cantidad y el peso de las 5 cajas era muy poco por lo que nos salía más barato en avión, y el tiempo de llegada a Atenas es mucho más rápido enviándolo aéreo.

El flete es door to door por lo que en el precio al distribuidor ya están incluidos todos los gastos.

CAPITULO V

RIESGOS CRÍTICOS

5.1 Riesgos Internos.

Los riesgos en que podría incurrir la operación de la empresa serían por parte del fabricante, por si se diera el caso de que no nos entregara la mercancía a tiempo, esta posible parte se subsanara mediante la firma de un contrato que obligue a ambas partes a cumplir la relación comercial.

Otro riesgo lo puede constituir a futuro la entrada de algún o algunos competidores al mercado griego, sin embargo nuestra política es poner extremo cuidado la calidad y el precio a fin de consolidarnos y posicionarnos ante nuestros clientes de tal manera que nuestra posición ante un competidor sea fuerte.

Así mismo la actividad de nuestra empresa se puede ver afectada por riesgos de tipo político o bélico lo cual hoy se ve remoto en Grecia, y en cuanto a las relaciones de nuestro país con ellos se han visto fortalecidas por la firma del tratado con la Unión Europea.

5.2 Planes de contingencia.

Estos planes son para riesgos externos que son mucho más fáciles de ocurrir, y debido al tratado con la Unión Europa resulta muy difícil que se produzca un conflicto entre México y Grecia, pero el otro riesgo externo que tenemos es mucho más probable así que contamos con una excelente calidad en nuestros productos y excelente precios para que podamos competir con las empresas que vendan exprimidores de limón y que se introduzcan al mercado griego.

CAPITULO VI

PROYECCIONES FINANCIERAS

ESTADO DE RESULTADOS MENSUAL AÑO 1

	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7
VENTAS	\$ 37,097.53	\$ 37,097.53	\$ 37,097.53	\$ 37,097.53	\$ 42,983.13	\$ 42,983.13	\$ 42,983.13
COSTO DE VENTA	\$ 20,195.00	\$ 20,195.00	\$ 20,195.00	\$ 20,195.00	\$ 22,995.00	\$ 22,995.00	\$ 22,995.00
MARGEN BRUTO	\$ 16,902.53	\$ 16,902.53	\$ 16,902.53	\$ 16,902.53	\$ 19,988.13	\$ 19,988.13	\$ 19,988.13
GASTOS DE VENTA							
GASTOS DE TRANSPORTE	\$ 4,452.50	\$ 4,452.50	\$ 4,452.50	\$ 4,452.50	\$ 4,685.25	\$ 4,685.25	\$ 4,685.25
GASTOS ADUANALES	\$ 3,889.07	\$ 3,889.07	\$ 3,889.07	\$ 3,889.07	\$ 4,073.39	\$ 4,073.39	\$ 4,073.39
GASTOS DE OPERACIÓN							
SUELDOS	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00	\$ 4,200.00	\$ 4,200.00	\$ 4,200.00
ELECTRICIDAD	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 105.00	\$ 105.00	\$ 105.00
DEPRECIACIÓN	\$ 166.67	\$ 166.67	\$ 166.67	\$ 166.67	\$ 166.67	\$ 166.67	\$ 166.67
RENTA	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TELÉFONO	\$ 1,800.00	\$ 1,800.00	\$ 1,800.00	\$ 1,800.00	\$ 1,836.00	\$ 1,836.00	\$ 1,836.00
GASTOS TOTALES	\$ 14,408.23	\$ 14,408.23	\$ 14,408.23	\$ 14,408.23	\$ 15,066.31	\$ 15,066.31	\$ 15,066.31
INGRESO NETO	\$ 2,494.30	\$ 2,494.30	\$ 2,494.30	\$ 2,494.30	\$ 4,921.82	\$ 4,921.82	\$ 4,921.82

	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
VENTAS	\$ 45,925.93	\$ 45,925.93	\$ 45,925.93	\$ 45,925.93	\$ 45,925.93	\$ 506,969.16
COSTO DE VENTA	\$ 24,395.00	\$ 24,395.00	\$ 24,395.00	\$ 24,395.00	\$ 24,395.00	\$ 271,740.00
MARGEN BRUTO	\$ 21,530.93	\$ 21,530.93	\$ 21,530.93	\$ 21,530.93	\$ 21,530.93	\$ 235,229.16
GASTOS DE VENTA						
GASTOS DE TRANSPORTE	\$ 4,919.51	\$ 4,919.51	\$ 4,919.51	\$ 4,919.51	\$ 4,919.51	\$ 56,463.31
GASTOS ADUANALES	\$ 4,277.06	\$ 4,277.06	\$ 4,277.06	\$ 4,277.06	\$ 4,277.06	\$ 49,161.76
GASTOS DE OPERACIÓN						
SUELDOS	\$ 4,410.00	\$ 4,410.00	\$ 4,410.00	\$ 4,410.00	\$ 4,410.00	\$ 50,650.00
ELECTRICIDAD	\$ 110.25	\$ 110.25	\$ 110.25	\$ 110.25	\$ 110.25	\$ 1,266.25
DEPRECIACIÓN	\$ 166.67	\$ 166.67	\$ 166.67	\$ 166.67	\$ 166.67	\$ 2,000.02
RENTA	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TELÉFONO	\$ 1,872.72	\$ 1,872.72	\$ 1,872.72	\$ 1,910.17	\$ 1,910.17	\$ 22,146.51
GASTOS TOTALES	\$ 15,756.22	\$ 15,756.22	\$ 15,756.22	\$ 15,793.67	\$ 15,793.67	\$ 181,687.84
INGRESO NETO	\$ 5,774.71	\$ 5,774.71	\$ 5,774.71	\$ 5,737.26	\$ 5,737.26	\$ 53,541.32

ESTADO DE RESULTADOS ANUAL (5 AÑOS)

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	\$ 506,969.16	\$ 532,317.62	\$ 558,933.50	\$ 586,880.17	\$ 616,224.18
COSTO DE VENTA	\$ 271,740.00	\$ 285,327.00	\$ 299,593.35	\$ 314,573.02	\$ 330,301.67
MARGEN BRUTO	\$ 235,229.16	\$ 246,990.62	\$ 259,340.15	\$ 272,307.16	\$ 285,922.51
GASTOS DE VENTA					
GASTOS DE TRANSPORTE	\$ 56,463.31	\$ 59,286.48	\$ 62,250.80	\$ 65,363.34	\$ 68,631.51
GASTOS ADUANALES	\$ 49,161.76	\$ 51,619.85	\$ 54,200.84	\$ 56,910.88	\$ 59,756.43
GASTOS DE OPERACIÓN					
SUELDOS	\$ 50,650.00	\$ 53,182.50	\$ 55,841.63	\$ 58,633.71	\$ 61,565.39
ELECTRICIDAD	\$ 1,266.25	\$ 1,329.56	\$ 1,396.04	\$ 1,465.84	\$ 1,539.13
DEPRECIACIÓN	\$ 2,000.00	\$ 4,000.00	\$ 4,000.00	\$ 6,400.00	\$ 9,200.00
RENTA		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TELÉFONO	\$ 22,146.51	\$ 22,589.44	\$ 23,041.23	\$ 23,502.05	\$ 23,972.09
GASTOS TOTALES	\$ 181,687.84	\$ 192,007.83	\$ 200,730.53	\$ 212,275.82	\$ 224,664.55
INGRESO NETO	\$ 53,541.32	\$ 54,982.79	\$ 58,609.61	\$ 60,031.33	\$ 61,257.96

BALANCE GENERAL

ACTIVO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
EFFECTIVO	\$ 41,041.32	\$ 90,524.11	\$ 149,133.72	\$ 221,865.05	\$ 284,323.01
CUENTAS POR COBRAR	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL CIRCULANTE	\$ 41,041.32	\$ 90,524.11	\$ 149,133.72	\$ 221,865.05	\$ 284,323.01
FIJO					
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 10,000.00	\$ 18,000.00	\$ 14,000.00	\$ 10,000.00	\$ 6,000.00
MOBILIARIO	\$ 5,000.00	\$ 4,500.00	\$ 9,000.00	\$ 15,500.00	\$ 18,300.00
DEPRECIACIÓN ACUMULADA	\$ 2,500.00	\$ 4,500.00	\$ 5,000.00	\$ 5,700.00	\$ 6,200.00
TOTAL FIJO	\$ 12,500.00	\$ 18,000.00	\$ 18,000.00	\$ 19,800.00	\$ 18,100.00
ACTIVO TOTAL	\$ 53,541.32	\$ 108,524.11	\$ 167,133.72	\$ 241,665.05	\$ 302,423.01
PASIVO					
CUENTAS POR PAGAR	\$ -	\$ 35,599.83	\$ 82,471.97	\$ 133,304.37	\$ 156,444.15
OTROS PASIVOS C.PLAZO	\$ -	\$ 5,941.49	\$ 11,052.14	\$ 8,329.35	\$ 44,720.90
PASIVO TOTAL	\$ -	\$ 41,541.32	\$ 93,524.11	\$ 141,633.72	\$ 201,165.05
CAPITAL CONTABLE					
ACCIONES COMUNES		\$ 12,000.00	\$ 15,000.00	\$ 40,000.00	\$ 40,000.00
INGRESO NETO	\$ 53,541.32	\$ 54,982.79	\$ 58,609.61	\$ 60,031.33	\$ 61,257.96
TOTAL CAPITAL CONTABLE	\$ 53,541.32	\$ 66,982.79	\$ 73,609.61	\$ 100,031.33	\$ 101,257.96
TOTAL PASIVO + CAPITAL	\$ 53,541.32	\$ 108,524.11	\$ 167,133.72	\$ 241,665.05	\$ 302,423.01

FLUJO DE EFECTIVO (AÑOS 1 AL 5)

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
EFFECTIVO OBTENIDO POR OPERACIONES					
INGRESO NETO	\$ 53,541.32	\$ 54,982.79	\$ 58,609.61	\$ 60,031.33	\$ 61,257.96
DEPRECIACIÓN	\$ 2,500.00	\$ 4,500.00	\$ 5,000.00	\$ 5,700.00	\$ 6,200.00
INGRESO NETO AJUSTADO	\$ 56,041.32	\$ 59,482.79	\$ 63,609.61	\$ 65,731.33	\$ 67,457.96
TOTAL EFECTIVO OBTENIDO POR OPERACIONES	\$ 56,041.32	\$ 59,482.79	\$ 63,609.61	\$ 65,731.33	\$ 67,457.96
EFFECTIVO OBTENIDO DE ACTIVIDADES DE INVERSIÓN					
COMPRA DE EQUIPO, TERRENO, PLANTA	-\$ 15,000.00	-\$ 10,000.00	-\$ 5,000.00	\$ 7,000.00	-\$ 5,000.00
AUMENTO (DISMINUCIÓN) DE EFECTIVO	\$ 41,041.32	\$ 49,482.79	\$ 58,609.61	\$ 72,731.33	\$ 62,457.96
EFFECTIVO AL INICIO DEL PERIODO	\$ -	\$ 41,041.32	\$ 90,524.11	\$ 149,133.72	\$ 221,865.05
EFFECTIVO AL FINAL DEL PERIODO	\$ 41,041.32	\$ 90,524.11	\$ 149,133.72	\$ 221,865.05	\$ 284,323.01

ANEXOS

ANEXO 1

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

ENCUESTA:

1.- ¿Utiliza limón?

Si

No

2.- ¿De que manera extrae el jugo del limón?

3.- ¿Se le hace complicado extraer el jugo del limón?

Si

No

4.- ¿Estaría dispuesta a comprar un producto que le facilitara extraer el jugo de limón?

Si

No

5.- ¿Estaría dispuesta a pagar 4.26 Euros por el producto?

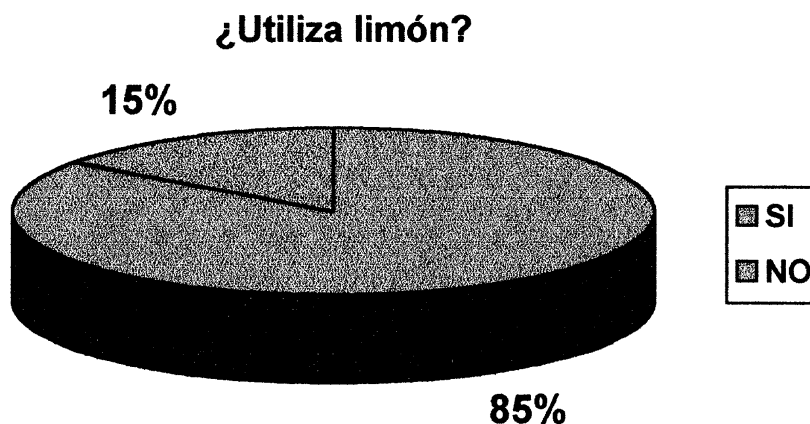
Si

No

RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Se tomó una muestra de 100 amas de casa y se obtuvieron los siguientes resultados:

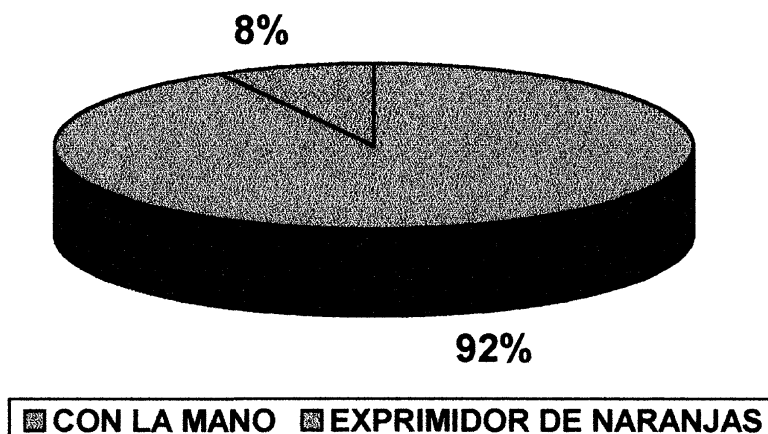
1.-



Por medio de esta pregunta nos podemos dar cuenta que hay una gran demanda de limón, por lo tanto tenemos ya una gran ventaja para saber que nuestro producto se acepte.

2.-

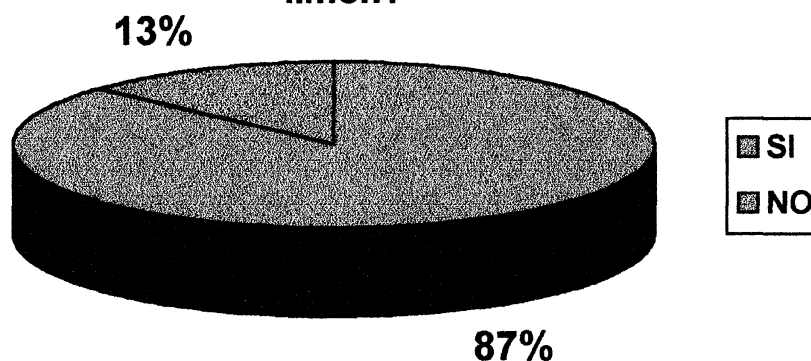
¿De que manera extrae el jugo del limón?



Aquí nos damos cuenta que nuestro producto sería de gran utilidad.

3.-

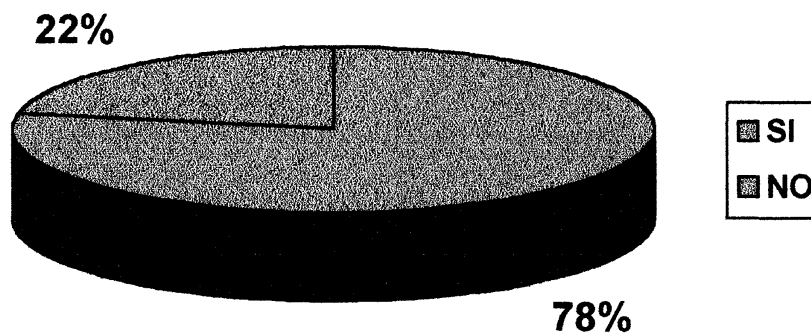
¿Se le hace complicado extraer el jugo del limón?



El resultado muestra que se les complica exprimir los limones por lo que nuestro producto tiene una ventaja para que la gente lo conozca y lo compre.

4.-

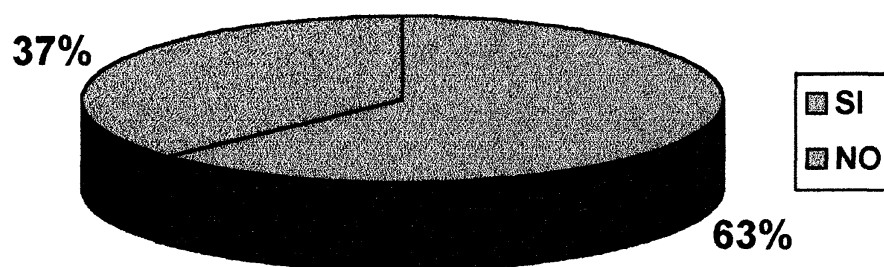
¿Estaría dispuesto a comprar el producto?



Con este resultado nos damos cuenta que tenemos una gran posibilidad de éxito en el producto.

5.-

**¿Estaría dispuesto a pagar 4.26 Euros
por el producto?**



En conclusión el producto si tiene aceptación de parte de las amas de casa de Grecia.

ANEXO 2

COSTOS

FLETE AEREO

		
PESO VOLUMETRICO= 38 KG.C/U 38*5 CAJAS= 190 KG 1 KG= \$ 62.24737 190 KG= PESOS= 11826.999 EUROS= 1440.5603	PESO VOLUMETRICO= 38 KG. C/U 38*5 CAJAS= 190 KG 1 KG= \$ 65.31053 190 KG= PESOS= 12409.00 EUROS= 1511.449452	PESO VOLUMETRICO= 38 KG.C/U 38*5 CAJAS= 190 KG 1 KG= \$ 74.91447 190 KG= PESOS= 14,227.93 EUROS= 1733.700

Nota:

La caja mide 75 de largoX55 de anchoX55 de alto

Peso de cada caja= 30 kg

Por lo que es mayor el peso volumetrico que utiliza la paqueteria a el peso de cada caja.

EMPAQUE

PRODUCTO	PRECIO EN PESOS		PRECIO EN EUROS	
	UNITARIO	TOTAL	UNITARIO	TOTAL
CAJA 75X 55X55	41.00	205.00	4.9939	24.9695
ESQUINERO PROTECTOR	9.00	90	1.096224	10.96224

NOTA:

ESQUINEROS PROTECTORES SE NECESITAN 10 (2 POR CAJA)

CAJAS SE NECESITAN 5



**CORPORATE HEADQUARTER
BASEL / SWITZERLAND**

COTIZACIÓN DEL TRANSPORTE INTERNACIONAL

TARIFA AIRPORT TO AIRPORT: \$850.00 POR CADA CAJA.
CSC (ARRASTRE HASTA LUGAR DE DESTINO FINAL): \$40.5 POR CADA CAJA
AWB (TARIFA POR TRANSPORTAR LA MERCANCÍA AL AVIÓN): \$405.00

COTIZACIÓN DE TRANSPORTE INTERNACIONAL TOTAL

Tomando en cuenta que las tarifas anteriores fueron cotizadas para 1 caja de 75*55*55 y que el peso era 30 kgs. Por lo que para 5 cajas de esas medidas y ese peso la cotización total fue la siguiente:

TARIFA AIRPORT TO AIRPORT:	\$4,250.00
CSC (ARRASTRE HASTA LUGAR DE DESTINO FINAL):	\$202.50
AWB (TARIFA POR TRANSPORTAR LA MERCANCÍA AL AVIÓN):	\$405.00
TOTAL:	\$4,857.50

NOTA:

La tarifa dada se dio tomando el peso voñumen ya que era mayor al peso real. Se tomo el peso de cada caja en 38 kgs.

COTIZACIÓN TOTAL DE GASTOS ADUANALES Y MANIOBRAS

SERVICIOS ADUANALES DE MANIOBRA Y CARGA S.A. DE C.V

ASESORIA Y SERVICIOS COMPLEMENTARIOS:	\$ 350.00
SERVICIO BASICO:	\$ 175.00
VALOR EN ADUANA DE LA MERCANCÍA:	\$ 14,295.00
BASE P/CALCULO DE HONORARIOS 18% SOBRE VALOR EN ADUANA:	\$ 2,573.10
IVA SOBRE HONORARIOS:	\$ 378.00
SALDO	\$ 3,476.10

HOJA DE COSTOS PARA EXPORTACIÓN POR VÍA AEREA

COTIZACIÓN DE SPEDAG S.A. DE C.V Y SAYMA S.A. DE .CV.

CONCEPTO			VALOR EN PESOS		VALOR EN EUROS	
			UNITARIO	TOTAL	UNITARIO	TOTAL
PRECIO DE EXPORTACIÓN EN PLANTA:						
PRECIO DE VENTA EN PLANTA			\$ 14.00	\$ 14,000.00	1.7052	1705.2375
CAJA (.75*.55*.55)			\$ 0.21	\$ 205.00	0.0250	24.9695
QUINERO PROTECTOR			\$ 0.09	\$ 90.00	0.0110	10.9622
COSTOS FIJOS			\$ 5.90	\$ 5,900.00	0.7195	719.5122
PRECIO EN AEROPUERTO CIUDAD DE MÉXICO)			\$ 20.195	\$ 20,195.00	1.7412	2460.682
TRANSPORTE:						
PRECIO EN AEROPUERTO CIUDAD DE MÉXICO)			\$ 4.250	\$ 4,250.00	0.5177	517.6614
ESPACHO ADUANAL:						
AGENCIA Y SERVICIOS COMPLEMENTARIOS			\$ 0.350	\$ 350.00	0.0426	42.6309
SERVICIO BASICO:			\$ 0.175	\$ 175.00	0.0213	21.3155
HONORARIOS 18% SOBRE VALOR EN ADUANA			\$ 2.573	\$ 2,573.10	0.3134	313.4105
COMISIÓN 10% SOBRE HONORARIOS			\$ 0.386	\$ 385.97	0.0470	47.0116
PRECIO EN AEROPUERTO CIUDAD DE MÉXICO)			\$ 27.929	\$ 27,929.07	2.683199	3402.7113
MANOBRAS:						
PRECIO EN AEROPUERTO CIUDAD DE MÉXICO)			\$ 0.203	\$ 202.50	0.0247	24.6650
COSTOS ADUANALES			\$ 0.405	\$ 405.00	0.0493	49.3301
PRECIO EN AEROPUERTO CIUDAD DE MÉXICO)			\$ 28.537	\$ 28,536.57	2.7572	3476.7065
FINANCIA DEL 30%						
PRECIO AL DISTRIBUIDOR EN ATENAS			\$ 8.561	\$ 8,560.97	0.827158	1043.01194
PRECIO AL DISTRIBUIDOR EN ATENAS			\$ 37.098	\$ 37,097.53	3.5844	4519.7184

LOS COSTOS TOTALES SON POR LAS 1000 PIEZAS

SE USARÁN UN TOTAL DE 5 CAJAS CON 200 EXPRIMIDORES CADA UNO

SE UTILIZARÁN 2 ESQUINEROS POR CADA CAJA POR LO QUE SE UTILIZARÁN 10

EURO= 8.21 PESOS

EN ESTA HOJA DE COSTOS LA EMPRESASAYMA SE HACE CARGO DEL DESADUANAMIENTO

DE LA MERCANCÍA ASÍ COMO TODOS LOS GASTOS ADUALES. ETC., POR LO QUE

SE ENTREGA PUERTA -PUERTA

DE LAS DOS EMPRESAS SON LAS MAS RECOMENDABLES YA QUE LOS COSTOS SON MAS BARATOS

LA DIFERENCIA DE LAS PAQUETERIAS

LA ENTREGA ES DE 4 A 5 DÍAS HÁBILES.

LOS DOCUMENTOS QUE PIDEN SON: CERTIFICADO EUR1 PARA EUROPA, MANDATO PARA LA EXPORTACION

LA FACTURA DE LOS EXPRIMIDORES

HOJA DE COSTOS PARA EXPORTACIÓN POR VÍA AEREA COTIZACIÓN POR UPS

CONCEPTO	VALOR EN PESOS		VALOR EN EUROS	
	UNITARIO	TOTAL	UNITARIO	TOTAL
PRECIO DE EXPORTACIÓN EN PLANTA:				
PRECIO DE VENTA EN PLANTA	\$ 14.00	\$ 14,000.00	1.705238	1705.237515
CAJA (.75*.55*.55)	\$ 0.21	\$ 205.00	0.024970	24.96954933
ESQUINERO PROTECTOR	\$ 0.09	\$ 90.00	0.010962	10.96224117
COSTOS FIJOS	\$ 5.90	\$ 5,900.00	0.719500	719.50
EXW (AEROPUERTO CIUDAD DE MÉXICO)	\$ 20.20	\$ 20,195.00	2.4607	2460.6693
FLETE SEGURO MANIOBRAS DESPACHO ADUANAL OTROS GASTOS				
TOTAL DE LOS CONCEPTOS ANTERIORES.	\$ 14.23	\$ 14,233.68	1.733691	1733.700000
DDP: ENTREGADO EN SU PUERTA	\$ 34.43	\$ 34,428.68	4.1944	4194.3693
GANANCIA DEL 30%	\$ 10.33	\$ 10,328.60	1.258308	1258.31079
PRECIO AL DISTRIBUIDOR EN ATENAS	\$ 44.76	\$ 44,757.28	5.4527	5452.6801

LOS COSTOS TOTALES SON POR LAS 1000 PIEZAS

SERÁN UN TOTAL DE 5 CAJAS CON 200 EXPRIMIDORES CADA UNO

SE UTILIZARÁN 2 ESQUINEROS POR CADA CAJA POR LO QUE SE UTILIZARÁN 10

1 EURO= 8.21 PESOS

EN ESTA HOJA DE COSTOS LA EMPRESA DHL SE HACE CARGO DEL DESADUANAMIENTO
DE LA MERCANCÍA ASÍ COMO TODOS LOS GASTOS ADUALES. ETC., POR LO QUE
LO ENTREGA PUERTA -PUERTA

YA NO CONVIENE PORQUE AL DISTRIBUIDOR SE LE ELEVA MÁS EL PRECIO.

LA ENTREGA ES DE 4 A 5 DÍAS HÁBILES.

HOJA DE COSTOS PARA EXPORTACIÓN POR VÍA AEREA COTIZACIÓN POR DHL

CONCEPTO	VALOR EN PESOS		VALOR EN EUROS	
	UNITARIO	TOTAL	UNITARIO	TOTAL
PRECIO DE EXPORTACIÓN EN PLANTA:				
PRECIO DE VENTA EN PLANTA	\$ 14.00	\$ 14,000.00	1.705238	1705.237515
CAJA (.75*.55*.55)	\$ 0.21	\$ 205.00	0.024970	24.96954933
ESQUINERO PROTECTOR	\$ 0.09	\$ 90.00	0.010962	10.96224117
COSTOS FIJOS	\$ 5.90	\$ 5,900.00	0.719500	719.50
EXW (AEROPUERTO CIUDAD DE MÉXICO)	\$ 20.20	\$ 20,195.00	2.4607	2460.6693
FLETE SEGURO MANIOBRAS DESPACHO ADUANAL OTROS GASTOS				
TOTAL DE LOS CONCEPTOS ANTERIORES.	\$ 12.41	\$ 12,409.00	1.511437	1511.449330
DDP: ENTREGADO EN SU PUERTA	\$ 32.60	\$ 32,604.00	3.9721	3972.1186
GANANCIA DEL 30%	\$ 9.78	\$ 9,781.20	1.191632	1191.63559
PRECIO AL DISTRIBUIDOR EN ATENAS	\$ 42.39	\$ 42,385.20	5.1637	5163.7542

LOS COSTOS TOTALES SON POR LAS 1000 PIEZAS

SERÁN UN TOTAL DE 5 CAJAS CON 200 EXPRIMIDORES CADA UNO

SE UTILIZARÁN 2 ESQUINEROS POR CADA CAJA POR LO QUE SE UTILIZARÁN 10

1 EURO= 8.21 PESOS

EN ESTA HOJA DE COSTOS LA EMPRESA DHL SE HACE CARGO DEL DESADUANAMIENTO DE LA MERCANCÍA ASÍ COMO TODOS LOS GASTOS ADUALES. ETC., POR LO QUE LO ENTREGA PUERTA -PUERTA

YA NO CONVIENE PORQUE AL DISTRIBUIDOR SE LE ELEVA MÁS EL PRECIO.

SE REQUIERE CARTA FACTURA Y CARTA DE INSTRUCCIONES

LA ENTREGA ES DE 4 A 5 DÍAS HÁBILES

HOJA DE COSTOS PARA EXPORTACIÓN POR VÍA AEREA COTIZACIÓN POR FEDERAL EXPRESS

CONCEPTO	VALOR EN PESOS		VALOR EN EUROS	
	UNITARIO	TOTAL	UNITARIO	TOTAL
PRECIO DE EXPORTACIÓN EN PLANTA:				
PRECIO DE VENTA EN PLANTA	\$ 14.00	\$ 14,000.00	1.705238	1705.237515
CAJA (.75*.55*.55)	\$ 0.21	\$ 205.00	0.024970	24.96954933
ESQUINERO PROTECTOR	\$ 0.09	\$ 90.00	0.010962	10.96224117
COSTOS FIJOS	\$ 5.90	\$ 5,900.00	0.719500	719.50
EXW (AEROPUERTO CIUDAD DE MÉXICO)	\$ 20.20	\$ 20,195.00	2.4607	2460.6693
FLETE SEGURO MANIOBRAS DESPACHO ADUANAL OTROS GASTOS				
TOTAL DE LOS CONCEPTOS ANTERIORES.	\$ 11.83	\$ 11,827.00	1.440560	1440.560292
DDP: ENTREGADO EN SU PUERTA	\$ 32.02	\$ 32,022.00	3.9012	3901.2296
GANANCIA DEL 30%	\$ 9.61	\$ 9,606.60	1.170369	1170.36888
PRECIO AL DISTRIBUIDOR EN ATENAS	\$ 41.63	\$ 41,628.60	5.0716	5071.5985

LOS COSTOS TOTALES SON POR LAS 1000 PIEZAS

SERÁN UN TOTAL DE 5 CAJAS CON 200 EXPRIMIDORES CADA UNO

SE UTILIZARÁN 2 ESQUINEROS POR CADA CAJA POR LO QUE SE UTILIZARÁN 10

1 EURO= 8.21 PESOS

EN ESTA HOJA DE COSTOS LA EMPRESA FEDERAL EXPRESS SE HACE CARGO DEL DESADUANAMIENTO DE LA MERCANCÍA ASÍ COMO TODOS LOS GASTOS ADUALES. ETC., POR LO QUE LO ENTREGA PUERTA -PUERTA.

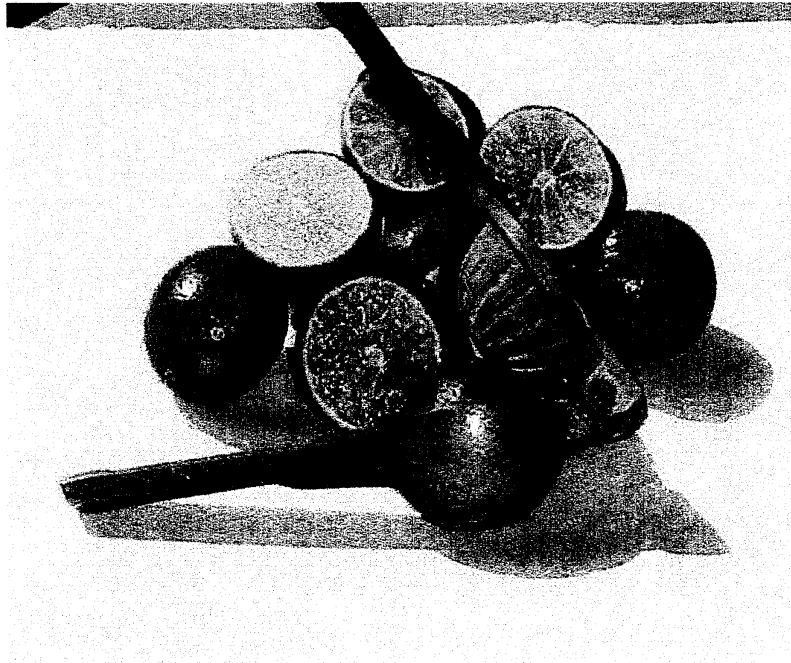
LOS DOCUMENTOS NECESARIOS SON UNA CARTA FACTURA Y LA GUÍA AEREA.

LA ENTREGA ES DE 2 A 3 DÍAS HÁBILES.

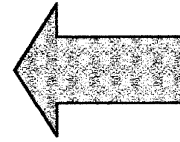
ANEXO 3

CATALOGO

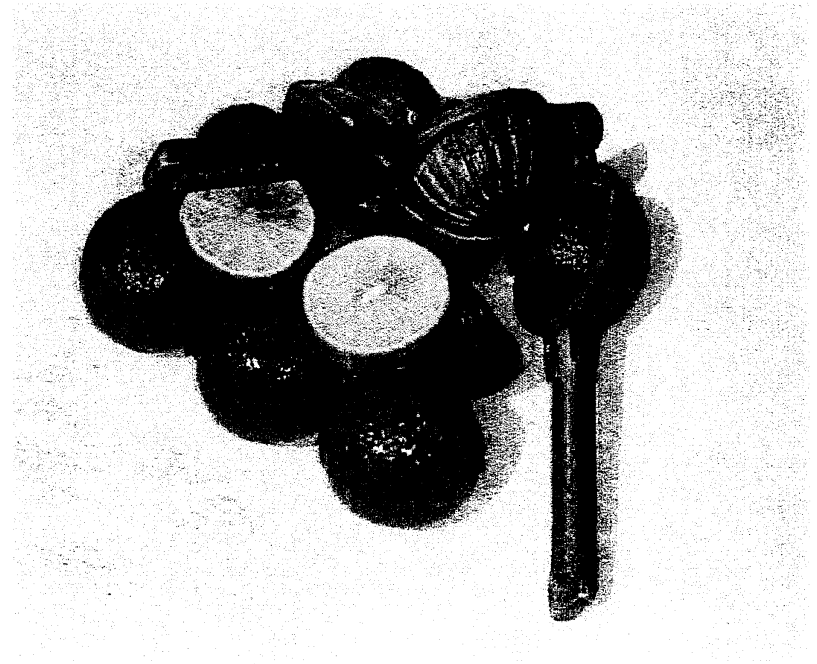
CATALOGO DEL PRODUCTO

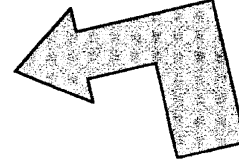
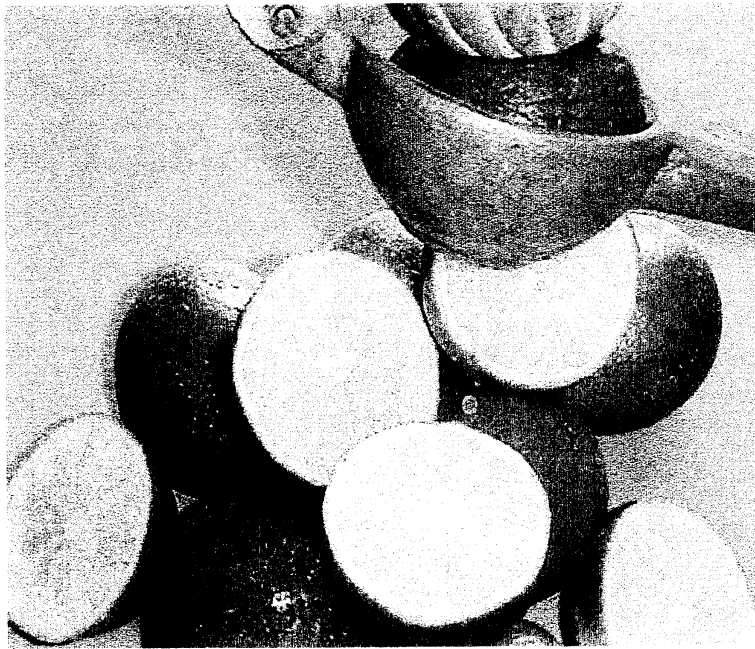


Esta imagen nos va a servir como ayuda visual para que nuestro distribuidor pueda mostrar el funcionamiento del producto.



Estas imágenes son parte de la selección que se tiene para la promoción y publicidad del producto a exportar.





Esta foto es fácil utilizarla como mercadotecnia del producto ya que puede atraer o despertar la necesidad de uso del consumidor final, ya que se muestra una imagen fresca y novedosa.

Esta imagen tiene la intención de demostrar el sencillo y práctico manejo de los exprimidores de limón.

