



VIII. PLAN DE LOGÍSTICA

VIII.1 Introducción

Llegados a este punto del proyecto, vamos a tratar lo que consideramos **una de las partes más importante de un proyecto de exportación**, todo lo referente a **la logística** y transporte de las mercancías a los mercados de destino. Es muy frecuente, especialmente en pequeñas y medianas empresas, como es el caso de Andaluza de Productos Ecológicos, que la gestión del transporte constituya una tarea compleja y difícil de abordar por la propia empresa, por ello la figura del operador logístico⁹ se convierte en fundamental. La logística presenta hoy en día, entre otros, los siguientes rasgos:

- Fluidez de los intercambios de mercancías
- Adaptación a la normalización internacional
- Organización de servicios transnacionales o mundiales
- Política de subcontratación externa (*outsourcing*)
- Política de asociación con empresas afines
- Mejora de la información al cliente
- Desarrollo de importantes infraestructuras

VIII.2 Incoterms

Los incoterms¹⁰ son las **reglas internacionales para la interpretación de los términos comerciales de entrega de las mercancías**, creadas por la Cámara de Comercio Internacional. El objetivo de los incoterms consiste en establecer criterios definidos sobre la distribución de los gastos y la transmisión de los riesgos entre las dos partes, compradora y vendedora, (es decir Andaluza de Productos Ecológicos y los importadores-distribuidores de sus productos en cada mercado de destino). Estos términos son de aceptación voluntarias por las partes, por lo que no constituyen cuerpo legislativo, y su principal virtud consiste en haber simplificado mediante denominaciones normalizadas un cúmulo de condiciones a cumplir por las partes, qué así saben a que atenerse.

El incoterm que sugerimos es CPT aeropuerto de destino, es decir, *Carriage Paid To* o Transporte Pagado Hasta (incoterm aconsejado por una empresa multinacional de reconocido prestigio en logística y transporte). No obstante, una vez más queremos recalcar que este aspecto debe ser consensuado entre Andaluza de Productos Ecológicos y los distribuidores de sus productos.

De acuerdo con este incoterm, Andaluza de Productos Ecológicos se hará cargo de los costes de transporte hasta el aeropuerto de destino, sin embargo, la transferencia de riesgos se realiza en el aeropuerto de origen (aeropuerto de Barajas, Madrid).

⁹ Se denomina operador logístico a toda empresa que coordina y gestiona todo lo relacionado con la entrega de la mercancía en destino (transportes, seguros, almacenajes, contratos, etc.). Intervienen transitarios, almacenistas, compañías de seguros, de transporte, Agentes de Aduana, etc.

¹⁰ International Commercial Term.



VIII.3 Descripción Plan Logístico

Como se comentó Andaluza de Productos Ecológicos contratará los servicios de un transitario al que confiará el transporte de la mercancía desde origen (La Luisiana, Sevilla) hasta el aeropuerto de destino, en un primer momento Alemania o Noruega.

Brevemente, pasamos a explicar en que consiste la figura del **transitario**. Se trata normalmente de una persona jurídica dedicada a **proporcionar todos los servicios relacionados con la logística y el transporte de mercancías**, bien directamente, bien contratándolos con las compañías específicas que los prestan. Dichos servicios son, entre otros, los de transporte, seguro, carga y descarga de las mercancías o formalidades aduaneras y administrativas, **asegurando la adecuada coordinación de los mismos**. Supone, como podemos ver, una gran ayuda para empresas, como Andaluza de Productos Ecológicos con escasa experiencia en los mercados internacionales o que prefieren externalizar la gestión de estas actividades.

La **elección del medio de transporte** depende de muchas variables: la distancia, el carácter perecedero o no de las mercancías, la relación entre su volumen o peso y el precio de las mismas, etc. En el caso de Andaluza de Productos Ecológicos aconsejamos hacer uso del transporte aéreo desde Madrid a Alemania y Noruega por varias razones, entre otras:

- El escaso volumen que representan los productos exportados.
- La necesidad conservar la cadena de frío durante el transporte (frío positivo).

El transporte desde La Luisiana (Sevilla) hasta Madrid, se realizará por carretera; al tratarse de dos modalidades distintas, **terrestre y aéreo, hablamos de transporte multimodal**¹¹. En el transporte multimodal, interviene un operador logístico muy especializado, denominado operador de transporte multimodal (OTM), que además de coordinar la operación, contratando los servicios precisos, extiende bajo su responsabilidad un documento de transporte único, habitualmente el llamado “Conocimiento de Embarque FIATA” de la Federación Internacional de Transitarios.

El transitario u operador de transporte multimodal (Frans Maas), recogerá la mercancía en las instalaciones de la firma en La Luisiana (Sevilla), que previamente estará embalada en cajas isotérmicas con hielo seco o carbónico y las transportará por carretera hasta el aeropuerto de Barajas, Madrid desde el cual volará hasta el mercado de destino.

Las cajas isotérmicas deberán llevar una etiqueta en la que se haga constar la siguiente información:

- En caso de retraso del vuelo la mercancía habrá de colocarse en una cámara frigorífica, a fin de evitar la ruptura de la cadena de frío.
- Cantidad de hielo carbónico que contiene la caja.
- Datos del destinatario.

¹¹ Caso particular del transporte combinado, en el que la mercancía se agrupa previamente en unidades superiores de carga especialmente concebidas para su transporte por diferentes vías y sin “ruptura de carga”. Transporte combinado es el realizado transbordando la mercancía entre vehículos de distinta naturaleza.



La mercancía saldrá desde La Luisiana (Sevilla) a última hora de la tarde, a fin de que el transporte por carretera se realice durante la noche aprovechando que la temperatura es inferior y ha de llegar a Madrid con una antelación mínima de dos horas respecto del horario de salida del vuelo.

- Alemania: La compañía aérea será Lufthansa. Para este país hay vuelos diarios con destino a los aeropuertos de Fráncfort, Berlín, Dusseldorf y Munich.
- Noruega: La compañía aérea será al igual que en el caso de Alemania Lufthansa, y el aeropuerto de destino el de Oslo. Los vuelos no son diarios, de forma que habría que ajustarse a las fechas de los mismos.

VIII.4 Seguro del transporte de la mercancía

Con relación al seguro de transporte de mercancías, como se explico anteriormente, el incoterm propuesto será CPT, por consiguiente, el coste del mismo lo asumirá Andaluza de Productos Ecológicos hasta el aeropuerto de origen, es decir, el aeropuerto de Barajas (Madrid). Por su parte, el contrato o póliza de seguro es el documento en el que se reflejan las características de la mercancía asegurada y los riesgos cubiertos. Estas pólizas suelen estar impresas en modelos normalizados en los que sólo hay que añadir los datos concretos para cada operación; dichos modelos si bien con características comunes pueden variar de unas compañías a otras.

Existen diversas modalidades de pólizas, las más frecuentes son:

- por viaje, que ampara una mercancía durante un viaje.
- flotante, que ampara una serie de expediciones durante un periodo de tiempo determinado.
- forfait, que ampara mercancías hasta un valor máximo determinado, independientemente del número de viajes.

VIII.5 Envase y Embalaje

La importancia del envase y embalaje es enorme, la misma deriva de las funciones que cumplen.

En el caso particular de la exportación el embalaje es uno de los instrumentos más importantes que, junto con los medios de pago y el posicionamiento en los mercados internacionales, apoya la empresa en el logro de sus objetivos.

El embalaje es especialmente importante ya que debe proteger la mercancía en el exterior, de manera que sea entregada al intermediario en las condiciones óptimas y que éste pueda hacerla llegar hasta el consumidor de la misma forma. Este aspecto es fundamental para lograr el pago en los términos pactados. Asimismo, es la forma más efectiva para construir una buena reputación de modo que el cliente final desarrolle cierta lealtad o repita la compra y el importador le dé continuidad al negocio.

El **envase** y el **embalaje**, en conjunto, son los medios más importantes con los que cuenta Andaluza de Productos Ecológicos para **proteger** su **producto** y, consecuentemente, para garantizar el cumplimiento de los compromisos de calidad y oportunidad en la entrega del producto; si el conjunto envase-embalaje no es idóneo, puede afectar los costos de exportación (entre otros los costos por hurtos o pérdidas y rechazo del producto dañado), riesgos que se minimizan cuando se utiliza un envase y embalaje adecuado.



A la hora de diseñar el envase y el embalaje es importante considerar cuáles son sus funciones básicas. Se tratan de **herramientas de logística, a la vez que de imagen** (Andaluza de Productos Ecológicos no debe olvidar este aspecto), que deben cumplir con las exigencias de cada mercado de destino, las características del producto y las condiciones de transporte a que se verá sometido el mismo hasta llegar a manos del consumidor. Para cumplir con todas estas funciones se debe contar, entre otras cosas, con el apoyo del diseño gráfico y de diseño estructural.

En términos generales, envase y embalaje deben cumplir, al menos, las siguientes funciones básicas:

- **Contener cierta cantidad de producto**

El envase debe diseñarse para contener una cantidad específica del producto en forma eficiente y cuantificable.

Se recomienda que sea un envase ajustado, ya que esto tiene varias ventajas. Al minimizar el espacio vacío el producto mismo colabora con la resistencia a golpes; se requiere menos materiales, lo cual minimiza costos; también se maximiza la cantidad de producto embalado en cada contenedor y finalmente, se reduce la cantidad de material que deba ser reciclado, lo cual es muy importante en países con normativas ambientales estrictas.

En principio esto no supone problema alguno para Andaluza de Productos Ecológicos ya que así lo viene realizando en la actualidad.

- **Proteger el producto**

Igualmente debe estar diseñado de tal manera que el producto se mantenga en perfectas condiciones hasta que llegue al consumidor final. Para ello se requiere que se considere las condiciones de temperatura, humedad, posibles fugas accidentales, daños por impactos y otros riesgos que pueda enfrentar durante el transporte. El envase debe proteger el producto de esos efectos y mantenerlo en condiciones óptimas a un costo razonable.

- **Facilitar la manipulación del producto**

Por su parte, el diseño del embalaje debe considerar las facilidades disponibles para la manipulación del producto hasta que llegue al consumidor final. Esto conlleva un costo adicional que no afrontan los productores del país importador.

Por lo tanto, minimizar el costo de manipulación es importante, especialmente cuando no agrega valor al producto y ocasionalmente puede generar pérdidas.

El embalaje debe diseñarse de forma tal que facilite su manipulación, almacenamiento y estiba requerida y apropiada.

Asimismo se debe hacer uso de los signos universales que indican cuántas unidades se pueden apilar y que lado debe mantenerse hacia arriba.

- **Promover las ventas del producto**

Un aspecto que en la actualidad Andaluza de Productos Ecológicos no tiene en cuenta es que **envase y embalaje son vendedores silenciosos** (especialmente en los mercados hacia los que



nos dirigimos), por lo que el diseño gráfico del mismo, con apoyo del diseño estructural, es un factor decisivo de compra en caso de posibles clientes con dudas. Hasta el momento los productos elaborados por Andaluza de Productos Ecológicos se comercializan en el mercado nacional en unas bandejas (o barquetas como las denomina la firma) que contienen el producto protegidas por un film transparente. Sobre este film se encuentra una etiqueta donde junto con la denominación del producto aparece información sobre los ingredientes, etc.

Nuestra recomendación a Andaluza de Productos Ecológicos es que dado el tipo de cliente hacia el que nos dirigimos, el cuidado por la imagen del producto debe ser mayor. En consecuencia pensamos que lo correcto sería vender el producto tal y como se vende en la actualidad (para los casos de Alemania y Noruega) pero dentro una caja que sirva de embalaje del producto (en los casos de EE.UU y Japón). Para estos dos últimos mercados, la idea es la de un embalaje realizado parcialmente en cartón reciclable y con una “ventana” plastificada que permita al cliente ver el aspecto del producto, el mismo habría de tener un diseño atractivo, y además de la marca debería aparecer información de interés para el consumidor como por ejemplo los ingredientes, calorías, grasas, proteínas, entre otras así como una descripción atractiva del producto que termine por convencer a posibles clientes indecisos.

Al considerar envase y embalaje como promotores de las ventas, y dado el tipo de producto al que nos referimos, se deben tener en cuenta aspectos tales como **requerimientos legales de cada mercado a nivel de etiquetado** (sobre este aspecto nos remitimos a lo establecido al respecto en el Plan de Marketing dentro de cada país en el apartado “Etiquetado”), instrucciones de uso, idiomas requeridos, así como las advertencias necesarias sobre su almacenamiento o preparación. Igualmente **para el caso de Alemania y Noruega** es imprescindible **ostentar el punto verde**, ello no supone problema alguno para Andaluza de Productos Ecológicos que ya lo tiene en la actualidad.

Como herramienta que ayuda al posicionamiento en el mercado, **envase y embalaje deben tener un diseño visual atractivo y funcional para brindar al consumidor una imagen que le facilite su identificación y diferenciación de la competencia**. Éste es el primer contacto directo entre los productos de Andaluza de Productos Ecológicos y el consumidor, por lo que el diseño de los mismos y la información que se le brinde pueden ser estratégicos para satisfacer al cliente y promover que lo prefiera a productos competidores.

Además según las condiciones de venta pactadas, un envase y un embalaje que no cumplen con su misión en forma eficiente, también perjudica a distribuidores e intermediarios lo que hace que los costos se vean afectados y eventualmente las ventas también.

En definitiva en lo que queremos hacer hincapié de cara a Andaluza de Productos Ecológicos es que es básico que la misma otorgue la importancia que realmente tiene y preste atención tanto al diseño estructural (la construcción técnica de la envoltura, desde el punto de vista funcional), como al diseño gráfico o visual (la apariencia del envase y su valor promocional). Si ambos no están bien integrados puede ocurrir que se de la circunstancia de que el envase pueda ser atractivo pero el producto se encuentre defectuoso en el momento en el que el consumidor final vaya a consumirlo debido a un diseño estructural defectuoso. Un evento así daría una imagen pobre del producto lo que probablemente provocaría un descenso de las ventas y un desposicionamiento de la marca. La otra posibilidad sería que los productos lleguen en perfectas condiciones físicas, pero que nadie lo adquiera porque la presentación es menos funcional o atractiva que la de los productos de la competencia.



Entre los elementos del mercado de destino que afectan el diseño del envase se encuentran: el idioma, las regulaciones gubernamentales de etiquetado y de ambiente, así como factores culturales, en los que las formas y colores pueden tener diferentes significados.

Por su parte, desde el punto de vista de la logística, y en relación al diseño, es preciso hacer un detallado análisis de los factores que pueden afectar a fin de que el envase y el embalaje cumplan adecuadamente con sus funciones básicas de contener, proteger, transportar y comunicar. Lo decimos porque hasta el momento la experiencia de Andaluza de Productos Ecológicos se reduce al mercado nacional y los riesgos y las necesidades son obviamente distintos; así, no es lo mismo realizar la función logística empleando para el transporte camiones refrigerados (en el caso de España) que como es nuestro caso ahora, de cara a la exportación, tener que emplear para dicha actividad cajas de polyspan con hielo seco o carbonizado y una combinación de medios de transporte (camión y avión).

El empleo de cajas de polyspan es una exigencia de las compañías aéreas. Dado el tipo de producto que tratamos el transporte se ha de realizar con hielo seco a fin de evitar la ruptura de la cadena de frío (la empresa transitoria nos puso en la pista de que las compañías aéreas nos impondrían el uso de cajas de este material).

Según se desprende de las conclusiones obtenidas de un estudio publicado por el **Korea Food Research Institute** (Instituto de Investigación sobre Alimentos de Korea) y de un estudio de la **Escuela de Envasado de la Universidad de Michigan** el polyspan presenta las siguientes ventajas:

- Es un excelente aislante, contribuyendo a mantener baja la temperatura de los productos (básico en nuestro caso a fin de no romper la cadena de frío).
- Conserva las condiciones de humedad de los productos.
- Protege la mercancía de los golpes, choques y vibraciones que habitualmente se producen durante su transporte.
- No requiere montaje.

Puestos en contacto con un distribuidor regional de cajas de polyspan, nos hizo saber el precio de las mismas y así, un lote de 1.000 cajas de polyspan con unas dimensiones de 58cm x 47cm x 34cm tiene un precio de 1.610 EUR.

Cada una de estas cajas de polyspan tiene capacidad para un máximo de 70 unidades de producto (platos preparados ecológicos) toda vez que estas tiene un tamaño de 26,8cm x 8,9cm x 4cm. En la base de las cajas de polyspan se colocan 10 unidades de producto que irán apiladas hasta 7 alturas. El espacio restante lo dejamos para colocar el hielo seco.

Para el transporte de la mercancía hasta el aeropuerto se empleará el palet universal, que tiene las siguientes medidas 120cm x 100cm.

En cada palet universal se transportaran 20 cajas de polyspan (en la base podemos colocar 4 cajas paletizando a 5 alturas para un total de 1,70 metros), lo que supone un total de 1.400 raciones de producto en cada palet que será el pedido mínimo que exigiremos a nuestros clientes en el extranjero. Teniendo en cuenta que cada una de cada una de las raciones de producto tiene un peso de 300 gramos, cada caja de polyspan tendrá un peso total en torno a los 23 kilogramos (21 de mercancía más 2 de hielo seco para mantener la cadena de frío).



En relación al **hielo seco o carbónico**, como hemos repetido hasta la saciedad el producto que tratamos debe viajar en unas condiciones de frío positivo (de + 1 a + 4 ° C) y la manera más rentable de lograrlo y, así no romper la cadena de frío positivo, es empleando este elemento.

Por hielo seco o nieve carbónica, se entiende el anhídrido carbónico sólido. El hielo carbónico posee una propiedad notable: no se derrite cuando se calienta, sino que inmediatamente se convierte en gas sin pasar por la fase líquida. Esta propiedad proporciona una gran ventaja, y es que el hielo seco no moja y ni siquiera humedece los productos mientras se evapora, de ahí su nombre.

Otra ventaja del hielo seco frente al ordinario consiste en que proporciona unas quince veces más frío que este último y se evapora muy lentamente, lo que supone menos cantidad de hielo (importante desde el punto de vista del peso y del volumen) en cada caja de polyspan para mantener la cadena de frío.

Por último, y en relación con el rotulado externo en el embalaje o etiquetado que se utiliza en los contenedores para exportación, el mismo se coloca para cumplir con las reglamentaciones de embarque, para garantizar el manejo adecuado y para ayudar a quienes reciben la mercancía a identificar las consignaciones, en consecuencia, no se debe confundir etiquetado externo del embalaje con publicidad. Por el contrario, se recomienda que sea lo más discreto posible a fin de prevenir robos.

Asimismo para no caer en errores u omisiones, se recomienda que el diseño del rótulo externo sea acordado entre las partes o, en su caso, elaborado según los usos y costumbres del sector.

Toda la información deberá ser clara, estar escrita con tinta a prueba de agua y en el idioma del puerto de destino.

En el mismo Andaluza de Productos Ecológicos debe utilizar símbolos internacionalmente reconocidos.

El marcado de un envío embalado es fundamental a los efectos de facilitar su identificación.

La información básica que debe incluir se detalla a continuación:

- Marca del embarcador
- Marca del importador, conforme a la carta de crédito
- Destino y puerto de entrada
- Número de pedido
- País de origen
- Puerto de salida y lugares de despacho
- Peso bruto, neto y volumen
- Número de paquetes y tamaño de las cajas
- Instrucciones de manipulación especial, con sus respectivos símbolos



VIII.6 Trámites Portuarios, Administrativos, Aduaneros

VIII.6.1 Alemania

Alemania es un estado miembro de la Unión Europea, en consecuencia los envíos de mercancías desde La Luisiana (Sevilla) no se consideran ya exportaciones sino, para nuestro caso, entregas intracomunitarias de mercancías o bienes.

El 1 de Enero de 1993 se dio un paso de vital importancia en el proceso de integración comunitaria. En esta fecha desaparecieron los controles aduaneros en relación a los intercambios intracomunitarios de mercancías, lo que viene a significar que desde entonces no es necesario cumplimentar las formalidades que con anterioridad a la mencionada fecha eran necesarias siempre y cuando hablemos de movimiento o traslado de mercancías, así como de personas, entre estados miembros de la Unión Europea.

A consecuencia de ello, los documentos necesarios para la expedición de mercancías con destino a este país son los expresados a continuación:

- **Factura comercial y Factura pro-forma**

A pesar de tener la consideración de intercambio intracomunitario es necesario documentar toda expedición de mercancías con una factura comercial.

A fin de que la factura comercial, firmada por el vendedor o embarcador (Andaluz de Productos Ecológicos), o su agente, sea aceptable ha de especificar los siguientes aspectos:

- Nombres del comprador y del vendedor (Andaluz de Productos Ecológicos, S.L.), y sus respectivos números de identificación fiscal intracomunitarios.
- Fecha y lugar de la venta.
- Puerto de entrada de la mercancía.
- Descripción detallada de la mercancía.
- Cantidad de mercancía (número de raciones, su peso, tamaño de las bandejas).
- Precio de compra de cada ración.
- Moneda de venta.
- País de origen.
- Todos los cargos sobre la mercancía detallando nombre y cuantía (incluyendo fletes, seguro, comisión, embalaje, etc.).
- Esta factura debe venir en alemán e inglés.

En caso de que la factura comercial que se requiere para el ingreso de las mercancías no estuviese en posesión del importador-distribuidor, éste necesita al menos de una factura proforma que sirva a modo de declaración. La misma ha de incluir información suficiente como para poder identificar y clasificar la mercancía. Si lo que se presenta es una factura pro-forma el importador-distribuidor ha de hacer un depósito garantizando la presentación de la factura comercial en un plazo máximo de 120 días desde la fecha de ingreso de las mercancías.

Esta factura comercial debe ir sin IVA (siempre que el comprador nos haya facilitado el citado número de identificación fiscal intracomunitario. Si no lo hizo, debemos cargarlo).



Fuera de lo que a la factura comercial se refiere, señalar que trimestralmente es necesario que Andaluza de Productos Ecológicos presente ante la Administración de Hacienda el modelo 349 en el que se recogen todas las ventas intracomunitarias realizadas por la firma.

- **Sistema INTRASTAT**

Con la desaparición de las formalidades aduaneras en los intercambios intracomunitarios a partir del 1 de Enero de 1993, también desaparece la fuente de información DUA, de la cual se obtenían datos imprescindibles para la elaboración de las estadísticas de intercambios entre los estados miembros de la UE. La necesidad de seguir realizando las mismas ha supuesto la aparición de una nueva obligación consistente en la necesidad de presentar mensualmente en las oficinas INTRASTAT un documento en el que señalen todos los envíos de mercancías a otros estados comunitarios.

- **Documentos de transporte**

En nuestro caso hablamos del **Conocimiento de Embarque Multimodal** ya que el transporte será multimodal pues emplearemos, por un lado, transporte terrestre (desde La Carlota hasta Madrid, terminal internacional del aeropuerto de Barajas), y transporte aéreo desde Madrid hasta Berlín, Munich, Oslo, Tokio, Nueva York, etc.

- **Lista de contenidos o Packing list**

Si bien no es un documento de obligada presentación, si es de gran utilidad a fin de facilitar el tránsito y la manipulación de la mercancía (algo de vital importancia dado el tipo de productos de los que estamos hablando).

En este documento podrían constar datos como:

- Una relación de los productos exportados perfectamente referenciados
- Número de unidades de cada tipo de producto que forma parte del envío
- Características de los productos

- **Seguro**

Andaluza de Productos Ecológicos debe hacer constar en todos sus envíos la existencia de una póliza de seguro que cubre los riesgos de transporte de las mercancías, especificando la extensión de la misma (en principio, como facturamos CPT, el riesgo se transmite en el aeropuerto de origen, aeropuerto de Barajas, Madrid).

VIII.6.2 Noruega

Noruega tiene un tratamiento especial; el país escandinavo forma parte de la EFTA (*European Free Trade Area*), de modo que no existen aranceles entre ésta y España y, en consecuencia, los documentos necesarios para la exportación a este país son los mismos que se emplean para los intercambios comerciales entre algún estado miembro de la unión europea y un tercero.

- **Factura comercial o Factura pro-forma**



Nos remitimos a lo expuesto para el caso de Alemania.

En lo que se refiere a los idiomas es básico que la misma vaya en noruego e inglés.

- **DUA o Documento Único Administrativo**

A diferencia del INTRASTAT que es un documento de naturaleza eminentemente estadística, el DUA es un documento de naturaleza fiscal, a la vez que estadístico. Es el documento empleado en las aduanas comunitarias para justificar y acreditar el movimiento de mercancías entre distintos estados siendo uno comunitario y el otro no.

El DUA declara cual es la mercancía objeto de la operación, su valor así como su tributación.

- **Certificado de Circulación EUR-1**

Documento en el que se recoge el país de origen de la mercancía. Es un certificado de origen específico toda vez que se usa para importar productos entre aquellos mercados en los que existen acuerdos bilaterales o acuerdos preferenciales como es el caso de la EFTA.

En base a estos acuerdos preferenciales los derechos arancelarios se ven reducidos, para el caso concreto de nuestros productos hablamos de un Arancel Cero, es decir, nuestro producto estaría exento del pago de arancel siempre y cuando aportáramos el certificado EUR-1.

Este documento hay que solicitarlo en la Aduana de Salida, que nos lo entregará debidamente visado una vez realizados los trámites de despacho aduanero.

- **Documentos de transporte**

Dado que el tipo de transporte es el mismo que para el caso de Alemania hacemos extensivo a Noruega lo establecido al tratar Alemania, es decir, una copia del **Conocimiento de Embarque Multimodal**.

- **Lista de contenidos o Packing list**

Nos remitimos a lo establecido para el caso de Alemania.

- **Seguro**

Volvemos a remitirnos a lo señalado para Alemania.

VIII.6.3 Los Estados Unidos de América

A diferencia de los casos de Alemania o Noruega, EE.UU. no es ni un país comunitario ni forma parte de la EFTA, ello implica una mayor complejidad de la actividad exportadora desde un punto de vista burocrático y administrativo.

En el Anexo 11 hacemos referencia al papel que desempeña el servicio de Aduanas estadounidense. Igualmente en el mismo se hace un tratamiento más detallado de algunos de los documentos a los que a continuación nos referimos.



En un plazo máximo de cinco días hábiles, que comienza a contar a partir de la llegada de la mercancía al puerto de entrada en EE.UU, debe hacerse presentación de los siguientes documentos:

- **Manifiesto de Ingreso de Mercancías o *Entry Manifest***

O en su caso hacer la solicitud del mismo

- **Permiso Especial de Entrega Inmediata o *Application and Special Permit for Immediate Delivery***
- **Prueba del derecho a ingresar la mercancía**
- **Factura comercial o Factura pro-forma**

La información que debe contener es la establecida por la ley arancelaria o *Tariff Act*.

En este punto hacemos remisión a lo señalado al respecto cuando la tratamos para el supuesto de Alemania (ver también en el Anexo).

La misma ha de venir traducida al inglés.

- **Documentos de transporte**

Hay que hacer entrega de una copia del **Conocimiento de Embarque Multimodal**. Hacemos remisión a lo establecido al tratar este tema para el caso del mercado alemán.

- **Lista de contenidos o *Packing list***

Nuevamente hacemos remisión a lo establecido para Alemania.

- **Certificado de Origen**

En el que se señalaría que el producto ha sido elaborado en España y con productos de origen español.

- **Seguro**

Hacemos acopio aquí de lo establecido en el caso de Alemania.

VIII.6.4 Japón

Al igual que en el caso de EE.UU., Japón no forma parte de la EFTA ni es un país comunitario lo que implica una mayor dificultad en los trámites necesarios para exportar.

En relación a los documentos necesarios para que la mercancía pueda acceder al mercado nipón tenemos los siguientes:

- **Factura comercial o Factura pro-forma**



Al igual que en los casos de Noruega y EE.UU. en lo referente a la factura comercial nos remitimos a lo establecido bajo este mismo epígrafe para el caso de Alemania. La factura comercial debe ir traducida al japonés e inglés.

- **Formulario de Declaración de Exportación (Formulario B-13) o *Export Declaration Form (Form B-13)***

Aquellas exportaciones al mercado nipón con valor igual o superior a 2.000 USD (como es nuestro caso), deben rellenar el formulario B-13.

Aunque técnicamente el responsable es el exportador, lo habitual es que el transportista o el intermediario los rellenen y los envíe en nombre del exportador.

- **Documentos de transporte**

Al igual que en el resto de los mercados de destino habrá que hacer entrega de una copia del **Conocimiento de Embarque Multimodal**.

Hacemos extensible a Japón lo dicho en este apartado para el caso de Alemania.

- **Lista de contenido o *Packing list***

Nuevamente nos remitimos a lo establecido en su momento para el caso de Alemania.

- **Certificado de Origen**

Certificado de Origen que venga a verificar que los productos son de origen español y, en consecuencia, se hayan sujetos a la legislación e impuestos aplicables en España.

- **Seguro**

Remitimos a lo señalado en este aspecto para el caso de Alemania.

VIII.7 Costes de Transporte

Los costes de la logística, según datos facilitados por una importante empresa transitaria, son los que se detallan a continuación:

En primer lugar existe un **Cargo base**, común a los destinos europeos. La cuantía del mismo asciende a 23,64 EUR. Para el continente americano este cargo asciende a 33,23 EUR y a 41,78 EUR para Japón.

Aparte según para que mercado existe una **tarifa** de:

- 0,91 euros por kilo de mercancía para Alemania.
- 2,16 euros por kilo de mercancía para Noruega.
- 4,76 euros por kilo de mercancía para EE.UU.
- 6,59 euros por kilo de mercancía para Japón.



Además, y nuevamente independientemente del destino de la mercancía, existe un **Forfait** (que incluye los conceptos de tasas aeroportuarias, tasa de combustible, tasa de seguridad y handling) que tiene un coste de 0,27 euros por kilo de mercancía.

Estos son los costes del transporte aéreo, al cuál hay que añadirle el coste de transporte terrestre hasta Madrid que es de 70 euros por palet.