



FACULTAD DE COMERCIO

TRABAJO FIN DE MÁSTER EN COMERCIO EXTERIOR

“PLAN DE EXPORTACIÓN A AUSTRALIA POR LA EMPRESA POSTQUAM COSMETIC S.L.”

ANDREA COLÍAS MARTÍNEZ

**FACULTAD DE COMERCIO
VALLADOLID, 27 DE JUNIO, 2022**



UNIVERSIDAD DE VALLADOLID MÁSTER EN COMERCIO EXTERIOR

CURSO ACADÉMICO 2021/2022

TRABAJO FIN DE MÁSTER

“PLAN DE EXPORTACIÓN A AUSTRALIA POR LA EMPRESA POSTQUAM COSMETIC S.L.”

Trabajo presentado por: ANDREA COLÍAS MARTÍNEZ
Firma:

Tutor: JOSÉ ANTONIO INSUA
Firma:

FACULTAD DE COMERCIO
Valladolid, 27/06/2022



ÍNDICE

Resumen	1
1. Introducción	2
2. Postquam: su modelo de negocio y expansión	3
2.1. Modelo de negocio: Canvas	3
2.2. Expansión de Postquam Cosmetic S.L	7
3. Australia: análisis del país	8
3.1. Marco geográfico y demográfico de Australia	8
3.2. Marco político de Australia y relaciones económicas internacionales	9
3.3. Comercio Exterior de Australia	10
3.4. Relaciones bilaterales entre España y Australia	12
3.5. Información práctica de Australia	13
4. El mercado de productos cosméticos en Australia	15
4.1. Definición del sector cosmético australiano	15
4.2. Definición del consumidor australiano	15
4.3. Barreras en Australia para el sector cosmético: barreras arancelarias y no arancelarias	17
5. Decisión de entrada y plan de actuación de Postquam Cosmetic S.L. en el mercado australiano.	19
5.1. La búsqueda de la empresa que venda nuestros productos	19
5.2. Woolworths y su desempeño	20
5.3. Plan de venta en Australia a través de Woolworths: <i>retailing</i>	22
5.4. Precios del mercado cosmético en Woolworths y lista de productos que Postquam Cosmetic S.L. va a vender	22
5.5. Sydney como destino de venta	27
5.6. El incoterm acordado	27
5.7. El transporte de la mercancía y su coste	30
5.8. Forma de pago e ingresos	32
5.9. El seguro	34
5.10. Simulación de precios de la exportación	35
5.11. Certificados necesarios	38
6. Conclusión	47
Bibliografía	49





ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Modelo Canvas.....	6
Ilustración 2. Países en los que está extendida Postquam Cosmetic S.L.....	7
Ilustración 3. Historia del grupo Woolworths.	20
Ilustración 4. Características del Incoterm CIP.....	30
Ilustración 5. Factura proforma.	40
Ilustración 6. Factura comercial.	41
Ilustración 7. Certificado de origen.....	42
Ilustración 8. Carta de porte por carretera.....	43
Ilustración 9. Documento de embarque.....	44
Ilustración 10. Packing list.	45

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Fuente: Australian Bureau of Statistics (ABS), World Fact Book-Abril 2021.	8
Tabla 2. Tipos de visado para acceder a Australia.....	13
Tabla 3. Datos del producto elixir de argán.....	23
Tabla 4. Datos de los productos de la línea antipolución.	24
Tabla 5. Datos de los productos de la línea antioxidante.	25
Tabla 6. Aspectos que determinan la elección del Incoterm.....	27
Tabla 7. Funciones de cada parte por el Incoterm acordado.....	29
Tabla 8. Resumen de la cotización.	31
Tabla 9. Desglose de precios del transporte para Postquam Cosmetic, S. L.	31
Tabla 10. Costes de fabricación de los productos comercializados.....	33
Tabla 11. Precio de venta de los productos a Woolworths.....	33
Tabla 12. Costes totales de exportación para Postquam Cosmetic S. L.	35
Tabla 13. Ingresos de Postquam Cosmetic S.L. por la exportación.	37
Tabla 14. Beneficios totales de la exportación.	38





Resumen

El objetivo de este trabajo de fin de máster es analizar el país australiano como nicho de mercado y las posibilidades que tiene esta empresa vallisoletana llamada Postquam Cosmetic S.L de tener éxito dentro del sector cosmético de este país. Una vez analizadas tras investigar el país en todas sus facetas y el mercado de productos cosméticos en Australia, se decide la entrada a la ciudad de Sydney mediante una empresa *retail* denominada Woolworths y se procederá a la creación de un plan de actuación real para la empresa en el nuevo país.

Palabras clave: entrada, sector cosmético, Australia, Postquam Cosmetic S.L., Sydney, retail, Woolworths, plan de actuación.

Abstract

The aim of this master's essay is to analyse the Australian country as a niche market and the possibilities that this company from Valladolid called Postquam Cosmetic S.L. has to succeed in the cosmetics sector of this country. Once analysed after investigating the country in all its facets and the cosmetics market in Australia, it is decided to enter the city of Sydney through a retail company called Woolworths and proceed to the creation of a real action plan for the company in the new country.

Keywords: entry, cosmetic sector, Australia, Postquam Cosmetic S.L., Sydney, retail, Woolworths, action plan.



1. Introducción

La marca de origen español líder en fabricación de cosméticos que cuenta con 319.000 clientes alrededor del mundo se llama Postquam Cosmetic SL.

Se trata de una empresa familiar creada en 1989 en Valladolid que se dedica a la venta profesional del mundo cosmético en más de 70 países. Esta compañía es pionera en innovación, investigación y desarrollo de nuevas fórmulas. A pesar de la alta calidad de sus productos, logra ser accesible para sus clientes, es decir, venden productos muy eficientes a un precio económico para su calidad.

Cuentan con un packaging preciado, un gran laboratorio y un número de puntos de venta en expansión. Cada punto de venta está situado en ciudades clave de su amplio mercado mundial para conseguir llegar a todos sus clientes y transmitirles la esencia de la belleza de Postquam Cosmetic.

Postquam Cosmetic ofrece una gran gama de productos cosméticos, aproximadamente 4200, elaborados con las mejores fórmulas y principios activos del mercado mundial actual combinados con las mejores texturas y mejor packaging. Esta compañía es un grupo de pequeñas empresas. Esto proporciona un gran rango de marcas y productos. Estas son: Postquam, DAP, Italian Design, Yahari, Jean Claude Olivier, K-Whole, Sanase, Vida, Seizen y Extraordinhair.

La empresa Postquam Cosmetic se plantea un plan de exportación en el país de Australia porque resulta atractivo económicamente para continuar extendiéndose. Este trabajo de final de máster va a analizar la empresa en sí, el país de Australia en todos sus aspectos y el sector cosmético en Australia y sus barreras para ver si es factible una exportación en este país. Una vez visto, se creará un plan de actuación para la exportación buscando una empresa que pueda vender los productos cosméticos de Postquam Cosmetic allí.

2. Postquam: su modelo de negocio y expansión

2.1. Modelo de negocio: Canvas

La propuesta de valor de Postquam Cosmetic S.L., es decir, lo que ofrece al mercado, son productos de calidad y diseño a un precio muy bajo combinándolo con diseños innovadores de packaging.

Sus actividades clave son la gran venta online en portales como Amazon, Zalando, Showroomprivé o Ventaprivé, la compra de materia prima de calidad, la venta directa a través de comerciales que hablan en distintos idiomas (español, francés, inglés, alemán y polaco), la comercialización muy variada a través de la plataforma web, las tiendas, los distribuidores clave en los distintos países en los que está extendida la empresa, las redes sociales, las continuas y nuevas colecciones y campañas en territorio nacional como en internacional de sus productos cosméticos y finalmente, el diseño innovador.

Las relaciones de la empresa con los clientes se consiguen por medio de las redes sociales y la web, donde los productos y la expansión de Postquam es actualizada con mucha frecuencia, las ferias nacionales e internacionales a las que acuden los comerciales que hablan el idioma perteneciente al país a hacer nuevos contactos para su cartera de clientes y para promocionar sus productos, los catálogos actualizados periódicamente que llegan a cada profesional para que sientan que están al día de la última novedad que Postquam Cosmetic S.L. les ofrece y el gran servicio de atención al cliente y call-centre con los empleados que hablan en hasta seis idiomas para que el cliente tenga un buen servicio pre-venta y post-venta en su idioma natal y así, poder explicarse con total plenitud.

El segmento de clientes es B2C (Business for Customers) y B2B (Business for Business). B2C porque está enfocado a mujeres y hombres de cualquier edad con un poder adquisitivo medio. B2B porque está enfocado a todos los profesionales del mundo, salones de belleza y peluqueros junto a todas las empresas que venden los productos de Postquam Cosmetic S.L. en sus establecimientos.

Los socios claves son influencers con los que colaboran en campañas y en las redes, los diseñadores de marketing y las academias, que fueron el punto inicial desde donde el dueño de la empresa decidió crearla y de esta forma la empresa fue conocida desde el principio dentro del sector cosmético de la ciudad. Hoy en día, las academias existen y son



parte de Postquam, aunque no solo están dedicadas a estudios sobre el sector cosmético, sino que existen otras ramas de estudio más administrativas.

Los recursos clave son los recursos que permiten a la empresa ofrecer una propuesta de valor, es decir, hacer que el negocio funcione. Estos recursos son físicos, intelectuales, humano y financieros. Para Postquam Los recursos financieros son los más importantes, junto a la venta física y online.

La estructura de coste es la innovación y el diseño (I + D), la gran capacidad logística, los empleados y las tiendas que al tener muy buena ubicación en las ciudades, tienen un alquiler alto.

La fuentes de ingresos es la cantidad de dinero que recibe Postquam Cosmetic por vender y comercializar sus productos a sus clientes. Estos productos tienen un precio fijo que varía según el país, su moneda y el volumen.

Actualmente, la venta de los productos de Postquam está destinada a cuatro canales de venta. Los cuatro conjuntamente hacen un total de 70.000.000€ de ingresos para la empresa.

- Profesionales (B2B): Todos los profesionales de todo el mundo, salones de belleza y peluqueros. Estos son informados de los productos que Postquam ofrece a través de sus catálogos, que son enviados a menudo. Esto supone 18.000.000 € de la venta total.
- Retail (B2B): Todas las empresas que venden productos de Postquam en sus establecimientos. Algunos ejemplos son Carrefour, Lidl, El Corte Inglés, Aldi, Druni, Primor, Spar, Día, Mediamarkt, entre otras. El grupo de Postquam de tiendas propias y franquicias dedicado a Retail son las marcas Italian Design, Sanase, Jean Claude Olivier y The Beauty Corner. Esto conjunto supone 35.000.000€ de la venta total.
- Online (B2C): El canal online cuenta tanto con su propia web oficial www.postquam.com como con otras modalidades. Marketplaces y Clubs de compra privados con ofertas flash como Amazon, Zalando, Showroomprive, Vente-privee, Privalia entre otras, Discovery box e influencers. Esto supone 14.000.000€ de la venta total.
- Otros: Supone 3.000.000€ de la venta total.



El hecho de que Postquam Cosmetic S.L. dirija sus ventas a tantos objetivos hace que tenga un mercado diverso y una amplia oferta. En cambio, si se concentrase en sólo vender en un canal tendría más riesgo de pérdidas. Es decir, que si la venta en alguno de los canales saliese mal, tendría todos los demás siempre para compensar.

<p>SOCIOS CLAVE</p> <ul style="list-style-type: none"> -Contar inicialmente con provenir de famosas academias de peluquería y debido a esto, ser conocidos en su ciudad natal dentro del sector cosmético. - Influencers con los que colaboran en las campañas y en las redes. - Proveedores de cosméticos. - Buenos diseñadores de marketing. 	<p>ACTIVIDADES CLAVE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diseño innovador. - Gran venta online (Amazon, Zalando, Showroomprivé, Ventaprivé...). - Compra de materia prima de calidad. - Venta directa a través de comerciales que hablan en distintos idiomas (español, francés, inglés, alemán y polaco). -Comercialización (plataforma, tiendas, distribuidores clave, redes sociales, colecciones, campañas) en territorio nacional e internacional de productos cosméticos. 	<p>PROPUESTA DE VALOR</p> <ul style="list-style-type: none"> -Diseños innovadores. - Postquam ofrece productos de calidad y diseño a un precio bajo. 	<p>RELACIONES CON LOS CLIENTES</p> <ul style="list-style-type: none"> -Redes sociales. -Web www.postquam.com. - Ferias nacionales e internacionales donde se muestra la marca. - Envío de revistas actualizadas periódicamente a todos los profesionales del mundo cosmético. - Gran servicio de atención al cliente y call-centre. 	<p>SEGMENTOS DE CLIENTES</p> <p>B2C Enfocado a mujeres y hombres de cualquier edad (poder adquisitivo medio).</p> <p>B2B: Profesionales del mundo, salones de belleza y peluqueros + Empresas que venden los productos en sus establecimientos.</p>	
<p>RECURSOS CLAVE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los recursos financieros son los más importantes. - Venta física + venta online. 				<p>CANALES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Venta en tiendas Propias y Franquicias. - Venta física también en El Corte Inglés, Lidl, Carrefour, Druni, etc. - Venta online web + presencia en marketplaces como Zalando, Amazon, Showroomprivé, Privalia e influencers. - Entrega (tienda, hogar). - Post-venta. 	
<p>ESTRUCTURAS DE COSTES</p> <ul style="list-style-type: none"> - I + D. -Gran capacidad logística. -Tiendas con muy buena ubicación en las ciudades (alquiler alto). - Empleados. 					<p>FUENTES DE INGRESOS</p> <ul style="list-style-type: none"> -Precios fijos de los productos (lista de precios fija, según características del producto, según segmento de mercado, según volumen).

Ilustración 1. Modelo Canvas.

2.2. Expansión de Postquam Cosmetic S.L

Actualmente, Postquam Cosmetic se encuentra presente en más de 70 países a través de otras empresas en esos países que ayudan a lanzar Postquam a sus mercados. La internacionalización siempre es un desafío por tener que adaptarse a las necesidades y costumbres del país nuevo, pero para esta empresa y el mundo cosmético, entrar en ciertos países ha sido aún más difícil por las necesidades legales que los gobiernos de los países extranjeros han impuesto a la hora de importar los productos, sobre todo en el continente asiático.

La exportación para Postquam ha sido un desafío pero una gran salida y una gran oportunidad de extenderse y ser más populares. 7 países africanos, 9 americanos, 19 asiáticos y 33 europeos componen el territorio de expansión de la empresa. En algunos países a través de distribuidores y en otros como Estados Unidos, existen tiendas propiamente de Postquam donde se venden los productos físicamente o en la India, donde los propios ciudadanos han montado sus propios salones de belleza con la marca.

AFRICA	AMERICA	ASIA	
Algeria	Canada	China	Malaysia
Angola	Dominican Republic	Cyprus	Pakistan
Egypt	Guadeloupe	Hong Kong	Philippines
Mauritius	Martinique	India	Saudi Arabia
Morocco	Mexico	Indonesia	Sri Lanka
Réunion	Panama	Iran	Taiwan
South Africa	Puerto Rico	Jordan	United Arab
	United States	Korea	Emirates
	Colombia	Kuwait	Vietnam
		Lebanon	
EUROPE			
Andorra	Germany	Portugal	
Austria	Gibraltar	Romania	
Belgium	Greece	Slovakia	
Bosnia and	Hungary	Slovenia	
Herzegovina	Italy	Spain	
Bulgaria	Latvia	Sweden	
Croatia	Lithuania	Switzerland	
Czech Republic	Luxembourg	United Kingdom	
Denmark	Malta	Ireland	
Estonia	Moldova	Poland	
Finland	Netherlands		
France	Norway		

Ilustración 2. Países en los que está extendida Postquam Cosmetic S.L.

3. Australia: análisis del país

3.1. Marco geográfico y demográfico de Australia

Australia, con una población de 25.693.059 habitantes, se compone de seis estados: New South Wales, Queensland, South Australia, Western Australia y Tasmania. También se compone de dos territorios continentales: Northern Territory y Australian Capital Territory. Sidney, capital de Nueva Gales del Sur, es su ciudad más poblada con 5,36 millones de habitantes y es centro industrial muy importante y un gran puerto comercial (ICEX, 2021). La capital de Australia es Canberra y otras ciudades importantes son Melbourne, Brisbane, Perth y Adelaide.

Algunos datos básicos sobre el país, según ICEX:

Tabla 1. Fuente: Australian Bureau of Statistics (ABS), CIA World Fact Book - Abril 2021.

Densidad de población	3,3 habitantes/km ²
Crecimiento de la población	1,4%
Esperanza de vida	81,31 años/hombre; 85,27 años/mujer
Grado de alfabetización	99%
Tasa bruta de natalidad (1/1000)	12,1/1.000
Tasa bruta de mortalidad (1/1000)	6,5/1.000
Idioma	El inglés es el idioma predominante. En Australia, no obstante, se hablan otros muchos idiomas, fruto de los sucesivos flujos migratorios, y varias lenguas aborígenes.
Religión	Protestante (23,1%), católica (22,6%), otras cristianas (4,2%), musulmana (2,6%), budista (2,4%), ortodoxa (2,3%), hinduismo (1,9%), otras (1,3%), ninguna (30,1%), sin especificar (9,5%).
Moneda	La moneda del país es el dólar australiano.
Peso y medida	Se aplica el sistema métrico decimal.
Diferencia horaria con España	Sidney mantiene una diferencia horaria con España de 8 horas en la época de verano española y de 10 en invierno. Dentro del país también hay diferencias horarias.

La población australiana se concentra en las zonas urbanas con un 89%, sobre todo en los estados de NSW, Victoria y Queensland. La tasa de crecimiento de la población en 2020 fue de 0,9% y su crecimiento se explica en un 38,6% por la inmigración, de países como Inglaterra, India y China. El 61,4% restante se debe al crecimiento natural. La tasa bruta de natalidad está estimada en 12,1 nacimientos por cada 1.000 y la de mortalidad en 6,5. La tasa de fertilidad es de 1,65 hijos por mujer. La esperanza de vida al nacer es de 81,31 años para los hombres y



85,27 años para las mujeres. Hay más mujeres que hombres habitando el país con una diferencia de 190.000. La población australiana, al igual que ocurre en la mayor parte de países más desarrollados, está envejeciendo como consecuencia de una baja fertilidad y una creciente esperanza de vida.

Australia es un país famoso por su producción y exportación en recursos naturales, minerales y energéticos mundialmente. Este país está entre los cinco principales países exportadores del mundo de bauxita, alúmina, mineral del hierro, zinc, carbón y de gas natural licuado. El sector minero representa un 10% del PIB en Australia (ICEX, 2021).

3.2. Marco político de Australia y relaciones económicas internacionales

Australia es un estado federal integrado en la Commonwealth británica bajo forma de monarquía parlamentaria desde 1901. El General David Hurley representa como jefe de Estado desde 2019 a la Reina Isabel II de Inglaterra. El poder se alterna entre la coalición conservadora y el Partido Laborista, por lo tanto, el régimen político es bipartidista.

El país es popular por ser un buen mediador de conflictos, participa en todos los organismos internacionales relevantes y foros, y tiene una buena relación política con Estados Unidos y muchos países asiáticos.

Es miembro del Fondo Monetario Internacional, del Banco Mundial, la Organización del Comercio, G20, OCDE, ONU y FIP. Su mercado más usual son lógicamente los países vecinos, sobre todo con Nueva Zelanda. Tiene acuerdos de libre comercio con Estados Unidos, ASEAN-Nueva Zelanda, Singapur, Tailandia, Nueva Zelanda, Chile, Corea del Sur, Japón, China, Malasia, Hong Kong, Perú e Indonesia.

En 2016, la Unión Europea y Australia firmaron un acuerdo económico y comercial. Este está basado en el principio de la Nación Más Favorecida, al que posteriormente en 2018 se sumaría un Acuerdo de Libre Comercio (ICEX, 2022). De esta forma, ambos países se facilitan las barreras de entrada en el otro país que pueda haber porque lo que les interesa, es que haya un comercio activo entre ellos.

Australia ocupa el puesto 13 en economía por volumen de PIB y el puesto 11 de 196 en el PIB per cápita, lo que significa que hay un muy buen nivel de vida para sus habitantes. También se encuentra en el puesto 18 de 190 de Doing Business, por lo que es uno de los países que ofrecen más facilidades para hacer negocios. Tiene muy bajo nivel de percepción de corrupción gubernamental (Diario Expansión, 2022).

Así, para Postquam Cosmetic S.L. sería una ventaja entrar en Australia al existir el Acuerdo de Libre Comercio entre la Unión Europea y Australia, es decir, no le supondría tanto esfuerzo y dificultad como entrar en otro país con el que hay barreras e impedimentos legales ya que ambas partes crean este acuerdo buscando que fluya de forma activa el comercio entre ellos para lograr beneficios mutuos. Además, según los datos de ICEX y del Diario Expansión, se puede ver que Australia es un país que no tiene riesgo país y de hecho, es un país muy estable económicamente, políticamente y socialmente y con mucho potencial de seguir creciendo su economía. Por lo tanto, es un buen nicho de mercado que elegir para entrar.

3.3. Comercio Exterior de Australia

Las exportaciones e importaciones de bienes y servicios en Australia respecto al PIB supusieron en 2019 un 46%. En 2020, debido a la pandemia mundial se ha reducido ese porcentaje.

Por países, el primer socio comercial en tanto exportaciones como importaciones para Australia es China (32,5%), el segundo Estados Unidos (8,1%) y el tercero Japón (6,8%). Por regiones, el Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC), creado en 1989 para impulsar a crecer a los países de alrededor del Océano Pacífico y que estos cooperen entre ellos supone el 69,8% de exportaciones e importaciones. Los miembros son: Australia, Brunei Darussalam, Canadá, Corea, Chile, China, Estados Unidos, Filipinas, Hong Kong, Indonesia, Japón, Malasia, México, Nueva Zelanda, Papúa Nueva Guinea, Perú, Rusia, Singapur, Taiwán, Tailandia y Vietnam (Perú. Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, 2022). Le sigue la OCDE con el 36%. Entre la lista de países miembros de esta organización se encuentra España, por lo que ambos países comparten este organismo de cooperación internacional. La lista de países miembros de esta organización fundada en 1961 es la siguiente: Alemania, Austria, Bélgica, Canadá, Dinamarca, España, Estados Unidos, Francia, Grecia, Irlanda, Islandia, Italia, Luxemburgo, Noruega, Países Bajos, Portugal, Reino Unido, Suecia, Suiza, Turquía, Japón, Finlandia, Australia, Nueva Zelanda, México, República Checa, Corea, Hungría, Polonia, República Eslovaca, Chile, Israel, Eslovenia, Estonia, Letonia, Lituania y Colombia (Gobierno de España. Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, 2022). La UE supone un 9,1%. España ocupa el puesto 37 en comercio de exportaciones e importaciones con Australia.

Australia se considera el mayor productor y exportador mundial de hierro y sus concentrados (21,6%). Lo segundo que más exporta, con diferencia de lo primero, es hulla

"Plan de exportación a Australia por la empresa Postquam Cosmetic S.L."

Colías Martínez, Andrea

(11,5%), gas de petróleo y demás hidrocarburos gaseosos (10%). En tercer lugar va el oro en bruto (5,1%) y en cuarto, el corindón artificial, los minerales de cobre (1,4%) y los aceites crudos de petróleo (1,8%). Como se puede observar, todo está muy relacionado y este mercado tan rico en minerales es muy caracterizador de Australia. En el aspecto de servicios, los servicios relacionados con la educación (8,3%) y los viajes y el turismo (3,4%) son los servicios más exportados.

Por el contrario, los principales bienes importados son el petróleo refinado (5,5%), automóviles (4,8%), equipos de telecomunicaciones (3,8%), computadoras (2,6%), petróleo crudo (2,4%), oro (2,2%) y medicamentos (2%). El servicio más importado es viajes y turismo principalmente (8,4%) aunque le siguen con diferencia el servicio de fletes (2,6%) y los servicios profesionales (2,1%) (ICEX, 2022).

Existen ferias en el país donde las empresas de un sector especializado acuden para tener contacto con otras empresas nacionales e internacionales y así promocionar lo que venden.

Gracias al *“crecimiento mantenido del PIB, estabilidad y transparencia del sistema legal y político, simplicidad de trámites administrativos y alta seguridad jurídica”* (ICEX, 2022), Australia resulta un país muy atractivo al proporcionar tranquilidad a los demás países sobre su estado económico. Los flujos de inversión directa en el exterior ascendieron a 13.300 millones de AUD en 2020 y se registró un superávit por cuenta corriente de 49.364 millones de dólares australianos (AUD) debido al gran aumento de mercancías y servicios exportados, que creó un exceso de saldo positivo en la balanza, y por lo tanto, un súperavit.

En los primeros meses del 2020, como en el resto del mundo, el AUD cayó por debajo del 0,60 AUD debido a la crisis económica mundial causada por la pandemia global que afectó a todos los mercados financieros. Existe una aplicación llamada TWI (trade-weighted index) que muestra el valor de la divisa australiana frente a una cesta de monedas de sus principales socios comerciales.

“Australia disfruta de la máxima calificación crediticia: AAA con Standard and Poor’s, AAA con Fitch y Aaa con Moody’s. Se encuentra, además, en grupo de riesgo nulo según la clasificación de la OCDE para créditos a la exportación. Los diferentes estados también gozan de la mejor calificación crediticia” (ICEX, 2022).

Con esta información proporcionada por el ICEX, nos muestra que Australia es un país seguro económicamente, además de tener una muy buena calificación crediticia. El sector cosmético no destaca por ser el mayor porcentaje del sector ni en exportación ni en

importación, pero aun así tiene mucho volumen de competidores al ser un sector con gran peso en el mercado.

3.4. Relaciones bilaterales entre España y Australia

“Australia y España mantienen buenas relaciones, que con el paso de los años se han ido consolidando hasta alcanzar la excelente situación en la que se encuentran en la actualidad. Australia es un país estratégico para España”. Como ejemplo de su buena relación en 2021, autoridades españolas tales como el Presidente del Gobierno y la Ministra de Industria, Comercio y Turismo, acudieron a visitar a las autoridades australianas a su país. También, de forma contraria, autoridades australianas se desplazaron a España en 2018 y 2019 (ICEX, 2021).

Los principales acuerdos existentes entre los dos países tratan la movilidad de los jóvenes (2014), los servicios aéreos (2009), la Seguridad Social (2002) y el más importante, el convenio que evita la doble imposición y previene la evasión fiscal respecto a los impuestos sobre la renta (1992). Este último acuerdo económico bilateral ayuda e impulsa de nuevo el comercio entre ambos países, de forma que gracias a este, no es necesario para ninguno de los países pagar dos veces, es decir, cualquier empresa solo pagará impuestos en su país de origen evitando pagarlos en el país de dónde saca sus beneficios.

El comercio bilateral de bienes entre España y Australia ha ido creciendo con más fuerza en los últimos diez años. Según ICEX, Australia se encuentra en el número 34 del ranking de destinos a los que España exporta bienes y en 2020, un 23% de empresas más se lanzaron a exportar a Australia. Los cosméticos no se encuentran entre los principales viene exportados desde España (embarcaciones, automóviles y aparatos mecánicos y eléctricos), por lo que no existe una amplia oferta desde nuestro país de origen y los cosméticos de Postquam podrían resaltar por su procedencia española.

Como indica el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno de España, aunque la UE y Australia se hayan facilitado mucho sus relaciones comerciales, no se otorgan un trato preferencial. El trato preferencial es otorgado a países menos desarrollados por parte de los desarrollados para reducir los obstáculos en las exportaciones. En este caso, al ser España un país desarrollado existe un trato no preferencial por parte de Australia. El trato no preferencial está basado en el principio de la “nación más favorecida” de la Organización Mundial del Comercio (OMC) (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2022).

Desde el 2018, el Acuerdo de Libre Comercio entre la UE y Australia autorizado por el Consejo de la Unión Europea tiene las siguientes finalidades: incrementar las

“Plan de exportación a Australia por la empresa Postquam Cosmetic S.L.”

Colías Martínez, Andrea

exportaciones a Australia de las pequeñas y medianas empresas siempre que Australia ayude a estas a eliminar los obstáculos comerciales, tener las mismas condiciones que otros países que han firmado acuerdos comerciales con Australia, tener relaciones comerciales basadas en los derechos laborales y protección del medio ambiente y cambio climático, proteger de las imitaciones australianas los productos alimenticios y bebidas originarios de la UE y por último, que las empresas de la UE puedan acceder de forma más sencilla a los mercados de contratación pública australianos (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2022).

Con esta información, se puede observar la buena relación entre los dos países y lo más importante, la facilidad de comercio que existe entre ellos al existir el convenio que evita la doble imposición y previene la evasión fiscal respecto a los impuestos sobre la renta. De esta forma, las exportaciones e importaciones de un país a otro se vuelven más frecuentes y activas al ser más fácil el comercio. Así, al existir el acuerdo de convenio, Postquam Cosmetic S.L. tendría beneficios en Australia pero sólo pagaría por ellos en España, en vez de en España y Australia si no existiese este acuerdo, por lo cual, la exportación a este país es beneficiosa de nuevo.

3.5. Información práctica de Australia

Para entrar en Australia es necesario disponer de un visado. Los siguientes tipos de visado son aplicables a ciudadanos de la Unión Europea:

Tabla 2. Tipos de visado para acceder a Australia.

	Visado electrónico de negocios y turismo (eVisitor)	Visado temporal para actividades de corta duración (Temporary Work Short Stay Specialist)	Visado temporal para personal cualificado con patrocinador (Temporary Skill Shortage visa)	Visado permanente para personal cualificado sin patrocinador (Skilled Independent Visa)	Visado de innovación e inversión (Business Innovation and Investment)
Coste	Sin coste	310 AUD	1.265 AUD para estancias de corta duración (2 años) y 2.645 AUD por estancias de media/ larga duración (4 años)	4.045 AUD más 2.025 AUD por cada persona dependiente mayor de edad y 1.010 AUD por cada dependiente menor de edad incluido en la solicitud	5.375 AUD
Duración	3 meses máximo	3 - 6 meses			
Tramitación	50 días de tramitación de forma online	33 días de tramitación	48 días para los visados de corta duración y de hasta 62 días en los de larga	Hasta 14 meses.	

Tabla 3 (cont.). Tipos de visado para acceder a Australia.

	Visado electrónico de negocios y turismo (eVisitor)	Visado temporal para actividades de corta duración (Temporary Work Short Stay Specialist)	Visado temporal para personal cualificado con patrocinador (Temporary Skill Shortage visa)	Visado permanente para personal cualificado sin patrocinador (Skilled Independent Visa)	Visado de innovación e inversión (Business Innovation and Investment)
Lo que permite	Puedes visitar el país y realizar visitas de negocios sin que haya ninguna remuneración	Permite realizar trabajos altamente especializados o de especial interés para Australia	El patrocinador debe ser una empresa autorizada local o extranjera. Ha de demostrarse que no existe posibilidad de contratación en el mercado de trabajo local. Puede requerir prueba de inglés	Es un sistema de puntos y requiere conocimiento de un nivel apropiado de inglés.	Dirigido a empresarios que planean establecer un negocio innovador o realizar una inversión en un estado o territorio de Australia (por encima de 5 millones AUD).

El inglés es el idioma nacional del país en un 72,7%. Sin embargo, al haber tanta diversidad cultural en la población, se hablan más de 200 idiomas en el país. El segundo más hablado es el mandarín (2,5%), el árabe (1,4%), cantonés (1,2%), vietnamita (1,2%) e italiano (1,2%). Por lo tanto, se necesitarán personas con buen dominio del inglés para la integración en el país. Postquam Cosmetic S.L. al tener un call-centre preparado en idiomas, dispone de personas con buen nivel de inglés que podrían adentrarse a negociar en el mercado australiano.

La unidad monetaria es el dólar australiano (AUD), moneda que cotiza en el mercado de divisas. Al ser el dólar una moneda de peso reducido en las transacciones internacionales, su cotización es bastante volátil. Actualmente su valor es 1 EUR = 1,5662 AUD (ICEX, 2021).

4. El mercado de productos cosméticos en Australia

4.1. Definición del sector cosmético australiano

El mercado de productos cosméticos en Australia es relevante en la economía del país. Tiene un crecimiento del 21% en los últimos cinco años y se espera un liderazgo del 27% en productos de maquillaje y cuidado de la piel en los próximos, por lo que resulta un mercado muy interesante para proveedores nacionales e internacionales. Según el ICEX, gracias a datos aportados por Euromonitor, el cuidado de la piel en primer puesto (7,1% en 2018) y el maquillaje en segundo (6,7% en 2018) son las categorías más importantes dentro del sector, siguiéndoles el cuidado capilar (ICEX, 2020, p.5-9).

Las marcas famosas de multinacionales tienen un gran peso en el país pero conviven fácilmente con pequeñas empresas que están especializadas en el sector. La competencia en este sector es muy grande debido a la multitud de empresas que existen por eso es importante lograr obtener la confianza del cliente y para esto, es importante publicitar muy bien la marca. Las marcas más reconocidas son L'Oréal (20% de cuota de mercado), Unilever y Procter & Gamble aunque marcas menos reconocidas ocupan un 45% de la cuota de mercado. El dominio de las marcas multinacionales sigue siendo claro, debido a que su cartera de clientes es increíblemente amplia (ICEX, 2020, p.5-17).

Se trata de un mercado que demanda importaciones y en concreto, las importaciones españolas han crecido un 0,9% en maquillaje y 3,7% en productos para cabello. Los países importadores mayores son EEUU, Francia y China. España está en la posición dieciséis con 6.977 miles de euros en ventas en 2018 y una cuota de mercado del 0,9% en productos de maquillaje y cuidado de la piel y en la posición siete con 8.246 miles de euros en 2018 y una cuota de mercado del 3,5% en productos capilares (ICEX, 2020, p.5-12). Por esto, el mercado australiano resulta ser un mercado muy bueno y con muchas posibilidades de éxito para entrar.

4.2. Definición del consumidor australiano

El PIB per cápita de Australia (48.941 en 2018) es muy superior al español (26.188 en 2018). En consecuencia, el poder adquisitivo del consumidor es mayor y esto hace que dentro del sector cosmético haya cabida para los productos "Premium". La población es muy envejecida y mira mucho por el medioambiente, en consecuencia, los clientes buscan productos rejuvenecedores y ecológicos en su mayor medida, es decir, que sean



saludables, naturales y sin mucho componente químico, evitando el maquillaje tradicional (ICEX, 2020, p. 15-16).

Ya que el medioambiente y su cuidado es una gran preocupación para las personas y las empresas actualmente, se intenta que el crecimiento de uso de productos naturales aumente. En Australia, este tema es tendencia. De esta forma, el consumidor australiano busca en su compra que el producto respete al medioambiente y sea ecológico, además de rejuvenecedor (ICEX, 2020, p.5).

Los consumidores de origen australiano tienen mucha costumbre de comprar productos de este sector en los supermercados (Woolworths y Coles son cadenas populares), no en tiendas de perfumería y cosmética especializadas debido a su menor coste aunque las farmacias resultan lugares específicos para la compra de dermo-cosmética por una mejor calidad. La experiencia de probar un producto antes de comprarlo resulta muy atractivo para el cliente, por eso cada vez las tiendas celebran más eventos para promocionar y dar a conocer sus productos de forma gratuita y de esta forma, conseguir que el consumidor pruebe, guste y quiera usarlo de forma usual. El consumidor joven australiano de entre 15 y 34 años busca una compra de cosméticos cómoda de forma electrónica, por eso las marcas intentan esforzarse en utilizar un gran marketing para el canal online y redes sociales. El paso de lanzarse a comprar el producto por parte del consumidor depende de la confianza y seguridad que le proporcione la marca, por eso es importante hacer un buen uso de la publicidad y las campañas de marketing (ICEX, 2020, p. 5-16), intentando ser diferente a los competidores pero logrando los requerimientos del consumidor que todas las empresas conocen y deben cumplir si quieren conquistarlo.

El maquillaje hace un gran uso de redes sociales e influencers y famosos con el destino de llegar a millennials, que son el consumidor estrella de esta. Mientras tanto, los productos de cuidado capilar atraen a todos los consumidores de cualquier edad al ser un producto básico de higiene, aunque unos consumidores se cuiden más el cabello que otros. Las marcas lanzan líneas de cuidado de cabello más naturales con ingredientes orgánicos para llegar a todo tipo de consumidores y adaptarse a la modalidad del respeto al medioambiente. El cuidado de la piel crece a medida que evita químicos dañinos y da al consumidor lo que quiere, un rejuvenecimiento. Respecto a maquillaje, el maquillaje de ojos y después, el facial, son lo más vendido en Australia mientras que en cuidado capilar, los tratamientos para la caída de pelo y en segundo lugar, los acondicionadores tienen el

mayor crecimiento en el país. Sobre el cuidado dermatológico, las mascarillas faciales y los productos para el cuidado corporal son lo más adquirido (ICEX, 2020, p.17-20).

Postquam Cosmetic S.L. ha adquirido con el paso de los años una mayor conciencia y preocupación sobre el medioambiente, por eso ahora tiene una gran parte de productos ecológicos, por lo que sabría introducirse bien en los gustos y preocupaciones de la población australiana. Además, gracias a su buen uso de la publicidad y sus campañas de marketing ha conseguido ser una empresa cercana a sus clientes y llamar la atención de estos. El diseño de sus productos y el packaging de estos son innovadores y distintos, por eso también es una marca de la que el público se acuerda. Y junto a todo esto, si Postquam Cosmetic S.L. demuestra la calidad de sus productos al precio bajo que tiene, conseguirá ganarse la confianza del cliente y de esta forma, su fidelidad.

4.3. Barreras en Australia para el sector cosmético: barreras arancelarias y no arancelarias

El sistema arancelario australiano ha ido reduciendo progresivamente el arancel que se aplica a los bienes de importación a lo largo de los años, incluso ha llegado a aplicar para los países menos adelantados (PMA) la exención y dar preferencias a los países en desarrollo. Los países con los que Australia tiene acuerdos de Libre Comercio también ganan beneficios en términos arancelarios con el país, todo con la finalidad de lograr ser un país más competitivo en el comercio exterior (ICEX, 2022).

“El arancel australiano se basa en la Nomenclatura del Sistema Armonizado de Codificación y Designación de Mercancías. Consta de dos columnas de derechos arancelarios: una de derechos generales y otra de preferenciales; las mercancías españolas están sujetas a la de los derechos generales. Excepto en contadas ocasiones, los derechos arancelarios son ad valorem” (ICEX, 2022).

Australia aplica a los productos cosméticos unos aranceles del 5% en general aunque puede aplicar preferencias arancelarias y acceso libre a algunos países con los que tiene acuerdos (Sección Comercial del Consulado General de la República Argentina en Sydney, 9). El ICEX nos proporciona la clasificación arancelaria del sector dedicado a la cosmética en Australia: *“Australia se rige por el Sistema Harmonizado (HS en inglés). En este caso, el documento se basa en el capítulo 33 que incluye: perfumería, cosméticos y aceites para la piel.”* Este se divide en *“3304 Preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel (excepto los medicamentos), incluidas las preparaciones anti-solares y las bronceadoras; preparaciones para manicuras o pedicuras”* y *“3305 Preparaciones capilares (ICEX, 2020, p.7-8)”*.

“Plan de exportación a Australia por la empresa Postquam Cosmetic S.L.”

Colías Martínez, Andrea



Como se ha dicho previamente, en las relaciones comerciales entre la UE y Australia sí existe un acuerdo de libre comercio entre ellos aunque se otorguen un trato no preferencial basado en el principio de la “nación más favorecida” de la Organización mundial del Comercio (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2021). Esto significa que a Postquam Cosmetic se le imponen unos aranceles generales del 5%.

Para vender en Australia hay que tener en cuenta el tipo de cambio, los costes del transporte, los aranceles y el GST (Good and Service Tax: impuesto aplicado a mercancías y servicios vendidos en Australia que son importados desde el año 2000). Es como el IVA español y alcanza el 10% sobre la base imponible de la importación, compuesto por la suma del valor de la factura, más el arancel exigible, el transporte y el seguro.

En lo referente a las barreras no arancelarias, existe una organización en el país denominada *Standards Australia*, la cual se encarga de que todos los bienes importados cumplan con las condiciones requeridas, incluso del etiquetado ya que debe contener la información necesaria como para poder identificar claramente al proveedor y los ingredientes junto con cualquier advertencia necesaria. El sector cosmético se encuentra dentro del sector industrial “Productos farmacéuticos o equipo médico” y cumple las regulaciones que impone la *Therapeutic Goods Administration*.

Australia tiene una legislación fitosanitaria compleja y muy exigente y además de la documentación exigida por la Aduana que debe estar perfectamente cumplimentada, impone a las empresas de fuera del país que sean examinados por la AQIS (Australian Quarantine and Inspection Service), los cuales analizan que los bienes importados estén libres de enfermedades y plagas con el objetivo de mantener cuidados la flora y fauna del país. Además, los pallets si son de madera o derivados también deben acompañar un certificado adicional de fumigación. Este proceso suplementario de Australia trata de proteger la seguridad y sanidad nacional, lo cual es una barrera para los importadores extranjeros al hacer que el proceso de llegada de la mercancía sea más lento y complicado (ICEX, 2022).

5. Decisión de entrada y plan de actuación de Postquam Cosmetic S.L. en el mercado australiano.

Teniendo en cuenta toda la información previa sobre Australia y el sector cosmético allí, el plan de exportación a Australia sería una oportunidad beneficiosa y con muchas probabilidades de éxito. Es cierto que existe una gran cantidad de competidores pero siempre que se satisfagan las necesidades del cliente, será más fácil abrirse camino. La idea sería que el cliente vea los beneficios y calidad de los productos y de esta forma, no quiera probar otros porque está muy satisfecho con la alta calidad del producto a un precio tan asequible. Para ello, es necesario definir un plan de actuación de la exportación: encontrar a la empresa idónea que pueda vender los productos de Postquam Cosmetic en Australia de forma beneficiosa y después, crear un plan de exportación con dicha empresa para poderla llevar a cabo. Es importante encontrar la empresa adecuada para poder lograr una gran venta que compense los gastos del envío y aun así, de beneficios a la empresa. Gracias al organismo del ICEX, se ha logrado encontrar

5.1. La búsqueda de la empresa que venda nuestros productos

La empresa Postquam Cosmetic S.L. se puso en contacto con el organismo ICEX para recibir un asesoramiento sobre la forma de vender en el mercado australiano. El ICEX organizó una misión a Sydney para seis empresas del sector cosmético españolas donde se fueran a encontrar con algunas empresas de Australia donde poder comercializar y conocer sus ofertas. Debido a la pandemia global causada por la COVID-19, la misión se paralizó. Sin embargo, el ICEX mediante el embajador de la Comisión Económica y Comercial de España en Australia y asesor de comercio internacional, mandó una lista de contactos a Postquam Cosmetic S.L. Además, mandó un correo electrónico especificando tres empresas que tenían especial interés por Postquam Cosmetic S.L. tras haber recibido información sobre el perfil de la compañía y su catálogo de productos. La primera se trataba de una empresa de duty free llamada Lotte Duty Free que vendía en los aeropuertos mediante venta directa o reserva online una gran colección de marcas internacionales y locales como productos exclusivos de belleza. La segunda es una empresa llamada Pharmasales que distribuye a más de 2.000 farmacias en Australia y estaban negociando con una cadena de supermercados llamada Coles. La tercera y última es una empresa llamada Barneys Salon Supplies y se trata de una empresa que distribuye a los mayoristas y profesionales del mundo cosmético que tienen sus centros de belleza en el país. A última hora, surgió una cuarta empresa, la responsable de compras de productos europeos de la compañía Woolworths indicó su interés por contactar con Postquam. Woolworths es la

"Plan de exportación a Australia por la empresa Postquam Cosmetic S.L."

Colías Martínez, Andrea

primera cadena de supermercados australiana con una cuota de mercado del 37,5% según IBISWorld. Este tipo de empresas siempre tienen especial interés por marcas blancas.

En febrero de 2022, se decide retomar el contacto con estas empresas para poner en marcha el plan de actuación. Las primeras en ser escritas un correo electrónico son estas cuatro últimas con la intención de retomar el interés demostrado por Postquam Cosmetic S.L antes de que comenzara la pandemia. La única empresa que demuestra un interés de nuevo es la cadena de venta al por menor Woolworths. A través de correos electrónicos se establece una primera videollamada con la responsable de compras de productos europeos de la compañía.

Woolworths tiene interés en grandes y famosas marcas y también, en las marcas blancas. Postquam tiene la ventaja que a pesar de no ser una gran reconocida marca, destaca por la venta de productos de calidad y diseño a un precio muy bajo. Por este motivo, las grandes cadenas de retail han accedido a hacer que Postquam fabrique parte de sus productos detrás de su propia marca blanca. Ejemplos de retailing (B2B) son Carrefour, LIDL, Aldi, Druni, Primor, Spar, Día, Mediamarkt y las propias tiendas de retail de la empresa como Italian Design o The Beauty Corner.

5.2. Woolworths y su desempeño

Woolworths es una cadena de supermercados líder en Australia. La historia de esta compañía comienza en 1924 cuando se inauguró Woolworths en el primer sótano de unos grandes almacenes y continúa en 2021 con la escisión de la compañía.



Ilustración 3. Historia del grupo Woolworths.

“Plan de exportación a Australia por la empresa Postquam Cosmetic S.L.”

Colías Martínez, Andrea



Como se puede ver en la anterior ilustración, la historia del grupo Woolworths comienza en 1924 cuando se inaugura como el primer sótano de unos grandes almacenes. A partir de 1957 comienza a abrir sus primeras tiendas hasta lograr un número de 300. En 1960, consigue ser el primer minorista nacional australiano y en 1973, comienza a lanzar sus propias marcas. En 1993, sale a la bolsa y desde 1996, adquiere otras grandes cadenas de supermercados como Petrol, Dan Murphys o Foodland/ Countdown Nueva Zelanda. En 2010, realiza un macro lanzamiento de sus marcas propias. En 2013, abre BWS Liquor y en 2017 abre Woolworths en las estaciones de metro. Finalmente, en 2021, Woolworths tiene una escisión con BWS y Dan Murphys (Woolworths Food Company, 2022).

En 2021, a pesar de la gran crisis económica mundial causada por la Covid-19, las ventas totales de las actividades continuas de Woolworths fueron de 67.278 millones de dólares australianos, el crecimiento de las ventas aumento un 5,7% y de forma online aumentó un 58,1% en comparación al 2020.

Woolworths es una empresa de marcas de consumo multicanal que ofrece soluciones distintivas para el cliente en todo el ecosistema WOW. La misma empresa Woolworths impulsa su crecimiento a través de un ecosistema de distintas marcas para distintas categorías de venta como por ejemplo BBQ, COO o GOLD. Sus tres carteras de clientes principales son primero, Woolworths Fresh Solutions, una propuesta de comida australiana fresca, fácil, saludable y para todos los días, algo que se define como “Inspirador y fácil” y trata de comida concentrada en proteínas, F&V, refrigerado y panadería. En segundo lugar, Woolworths Food & Exclusives, comida “con la que te sientes bien” de gran calidad y valor y se trata de comida más cara pero de mejor calidad y en tercer lugar, Macro Wholefoods Company, comida que “lidera el camino de la salud y la sostenibilidad”, es decir, alimentos bio y ecológicos que cuidan el medio ambiente. Estos últimos reducen el consumo de proteínas animales y tienen una dieta basada en plantas sin comprometer el sabor acercando los productos al origen vegetal en variedad al cliente mayoritario (Woolworths Food Company, 2022).

Sus competidores nacionales en la venta al por menor de supermercados son Coles, IGA, Costco y ALDI. La cuota de mercado en Australia y el % de crecimiento en dólares entre todas estas empresas de supermercados australianas indican que Woolworths es la empresa líder. En Nueva Zelanda, Woolworths adquiere el nombre de Countdown. Sus competidores de la venta al por menor en supermercados de Nueva Zelanda son New World, Freshchoice, PaknSave, Supervalve y FourSquare. De nuevo Woolworths es la líder entre estas (Woolworths Food Company, 2022).

“Plan de exportación a Australia por la empresa Postquam Cosmetic S.L.”

Colías Martínez, Andrea

5.3. Plan de venta en Australia a través de Woolworths: *retailing*

Woolworths tiene su propia marca blanca de cosméticos y esta se denomina Voeu. Esta sección de su mercado cosmético contiene toallitas desmaquillantes, exfoliantes, agua micelar, jabones y bálsamos limpiadores, crema de día y de noche, contorno rejuvenecedor y mascarillas. Todos estos productos están destinados al cuidado de la piel facial y por supuesto, al ser una marca blanca, tienen unos precios inferiores a la misma categoría de productos de marcas más reconocidas dentro de Woolworths, como Olay, Nivea, L'Oréal, Neutrogena, Essano, Glow, Swisse o Simple (Woolworths Group, 2022).

Voeu Skin Care se vende como una marca blanca pero exclusiva y anuncia la siguiente frase de marketing en la web de Woolworths: “[voo] - noun; Vow, Wish (french). One of life's little luxuries, Voeu is something everyone deserves. Simple beauty, inside and out. **Voeu is all about quality, affordable skincare that works and fits into your busy lifestyle. It has everything your skin needs to look and feel its best.**” que dice y se traduce al español como que su denominación viene del francés y significa “deseo” y que Voeu se trata de “uno de los pequeños lujos de la vida, Voeu es algo que todo el mundo merece. Belleza simple, dentro y fuera. Voeu es completa calidad. Un cuidado de la piel asequible que funciona y se adapta a tu ajetreado estilo de vida. Tiene todo lo que tu piel necesita para verse y sentirse lo mejor posible” (Woolworths Group, 2022).

La web de Woolworths nos invita a conocer la gama de productos que Voeu ofrece al mercado, los cuales se tratan de los productos mencionados anteriormente. Postquam Cosmetic debe encajar dentro de la gama de productos Voeu y conseguir formar parte de esta marca blanca, logrando ofrecer una lista de productos nuevos a Woolworths que no esté aún dentro de la gama pero que siga la línea que Voeu lleva.

5.4. Precios del mercado cosmético en Woolworths y lista de productos que Postquam Cosmetic S.L. va a vender

Ya que vamos a trabajar con la cadena Woolworths y vamos a competir con el mercado cosmético que vende, es importante conocer los precios que la cadena ofrece al público, sobretodo observar los precios de la línea Voeu, de la cual Postquam Cosmetic S.L. va a formar parte. Después, se creará una lista de productos que Postquam Cosmetic S.L. pueda vender en esta línea y se pensará en su coste en relación a los ya presentes en Voeu.

La marca blanca de Woolworths, Voeu, cuenta con 14 productos. Estos tienen un rango de costes entre 1,80\$ y 10\$. Por lo general, las cremas tienen un precio de 7\$, el agua micelar de 4\$, el contorno de ojos de 7\$ y las mascarillas entre 2,40\$ y 4\$. Es esencial conocer los precios de Voeu para poder adecuar los precios de la lista de productos que Postquam Cosmetic haga en relación a los demás pertenecientes de la línea.

La lista de productos que Postquam Cosmetic S.L. va a vender dentro de la línea Voeu deben ser innovadores, es decir, que no existan, y que tengan unos precios acorde a los demás productos de la línea y sobretodo, acordes a ser la marca blanca del mercado cosmético de Woolworths. Esta lista de productos debe ser adecuada al mercado australiano y tener unas características que llamen la atención de los ciudadanos de Sydney. Como hemos analizado previamente, los ciudadanos australianos viven muy concienciados con el cuidado del medio ambiente y en consecuencia con el mercado cosmético, cada vez usan más productos hechos con ingredientes naturales aptos para veganos. Los productos que rejuvenecen, son ecológicos y respetuosos con el medio ambiente cada vez son más demandados. Es cierto que en el mercado del cuidado de la piel australiano están de moda este tipo de productos ecológicos que ayudan a la mejora del medio ambiente pero la línea blanca de Woolworths carece de una línea así. Las marcas famosas que vende Woolworths a parte de la marca blanca sí venden este tipo de productos, aunque no en su mayoría, por eso, la decisión de la lista de productos de Postquam Cosmetic dedica a Voeu se ha basado en los siguientes nueve productos:

Tabla 4. Datos del producto elixir de argán.

REFERENCIA	DESCRIPCIÓN	CAJAS / PALLET	UDS. / CAJA	UNIDADES
LIDSURSM03	ELIXIR DE ARGÁN ECO OIL THERAPIE 100 ML	165	15	2475

El elixir de argán es el producto estrella de Postquam y en las marcas blancas de otras cadenas de supermercados europeos como LIDL resulta tener mucho éxito. Para Australia, vamos a utilizar el elixir de argán Eco para que se adecúe.

- Elixir de argán: Es un rico elixir especialmente formulado para cabellos normales con aceite de argán que revitaliza el cabello dañado, corrige el aspecto de las puntas abiertas y suaviza el cuero cabelludo. Revive tu cabello gracias a los aceites de argán y limnanthes alba. El aceite de argán es rico en ácidos grasos, vitamina E, escualeno y fitoesteroles, proporcionando al cabello nutrición, brillo y un tacto sedoso. El aceite de limnanthes alba es rico en ácidos grasos de

cadena larga que aportan brillo, suavidad y riqueza al cabello. No aporta sensación grasa. No deja residuos. Producto vegano.

La línea antipolución:

Tabla 5. Datos de los productos de la línea antipolución.

REFERENCIA	DESCRIPCIÓN	CAJAS / PALLET	UDS. / CAJA	UNIDADES
LIDBIOSM01	AGUA MICELAR NATURAL ANTIPOLUCIÓN BIO 200 ML	180	12	2160
LIDBIOSM02	SÉRUM NATURAL ANTIPOLUCIÓN BIO 30 ML	176	12	2112

Tabla 6 (cont.). Datos de los productos de la línea antipolución.

REFERENCIA	DESCRIPCIÓN	CAJAS / PALLET	UDS. / CAJA	UNIDADES
LIDBIOSM03	BIO CREMA DÍA NATURAL ANTIPOLUCIÓN BIO 50 ML	168	12	2016
LIDBIOSM04	CONTORNO OJOS NATURAL ANTIPOLUCIÓN BIO 15 ML	210	20	4200

- Agua Micelar Bioherbal Antipolución Postquam 200ml: Agua micelar formulada con ingredientes naturales que desmaquilla, limpia, tonifica e hidrata en un solo gesto. Refuerza la barrera protectora de la piel frente a las agresiones medioambientales. Limpia y evita la obstrucción de los poros con micropartículas contaminantes. Formulada con el 98% ingredientes de origen natural. Apto para veganos.
- Serum Bioherbal Antipolución Postquam 30 ml: Sérum para rostro y cuello que protege la piel de la polución y de las agresiones medioambientales. Su uso proporciona una piel hidratada y protegida ante todo tipo de agresiones urbanas. Idea para pieles fatigadas que se encuentran constantemente en entornos urbanos. Se puede aplicar en solitario, o añadir varias gotas a la crema de día o de noche. Se convertirá en tu armadura urbana. Fortalece la barrera protectora de la piel evitando la obstrucción de los poros con micropartículas contaminantes. Formulada con el 98% de ingredientes de origen natural. Apto para veganos. Testado dermatológicamente.

- Crema de día Bioherbal Antipolución Postquam 50ml: Crema facial hidratante de día que protege intensamente la piel de la polución y de las agresiones medioambientales. Su uso proporciona una piel hidratada y protegida ante todo tipo de agresiones urbanas. Fortalece la barrera protectora de la piel evitando la obstrucción de los poros con micropartículas contaminantes. Formulada con el 96% ingredientes de origen natural. Apto para veganos. Testado dermatológicamente.
- Contorno Bioherbal Antipolución Postquam 15ml: Crema facial hidratante de día que protege intensamente la piel de la polución y de las agresiones medioambientales. Su uso proporciona una piel hidratada y protegida ante todo tipo de agresiones urbanas. Fortalece la barrera protectora de la piel evitando la obstrucción de los poros con micropartículas contaminantes. Formulada con el 96% ingredientes de origen natural. Apto para veganos. Testado dermatológicamente.

La línea antioxidante:

Tabla 7. Datos de los productos de la línea antioxidante.

REFERENCIA	DESCRIPCIÓN	CAJAS / PALLET	UDS. / CAJA	UNIDADES
LIDBIOSM05	CREMA DE DÍA NATURAL ANTIOX BIO 50 ML	168	12	2016
LIDBIOSM06	SÉRUM NATURAL ANTIOX BIO 30 ML	176	12	2112
LIDBIOSM07	CREMA DE NOCHE NATURAL ANTIOX 50 ML	168	12	2016
LIDBIOSM08	AMPOLLAS NATURALES ANTIOX BIO 4X3 ML	150	12	1800

- Crema de día Antioxidante Bio Postquam 50ml: Crema de día que incorpora en su formulación extracto de algas con propiedades antioxidantes y protectoras, junto a ingredientes redensificadores de la piel e ingredientes de origen vegetal como son el extracto de caléndula , el extracto de cedro japonés y el zumo de sorgo. Su novedosa formulación brinda una piel más hidratada, más protegida y de aspecto radiante. Su uso continuado permite redefinir los efectos del tiempo sobre la piel.
- Serum Natural Antioxidante Bio Postquam 30ml: Serum que incorpora ingredientes naturales y activos de alta eficacia como los polisacáridos o la glicerina permite conseguir una piel más hidratada y de aspecto más joven y

radiante. Su uso continuado permite redefinir los efectos del tiempo sobre la piel. Tras la limpieza, aplicar 3 o 4 gotas en diferentes puntos del rostro, indistintamente por la mañana o noche.

- Crema de Noche Antioxidante Bio Postquam 50ml: Crema que incorpora en su formulación extracto de algas con propiedades antioxidantes y protectoras, junto a ingredientes de origen vegetal, como el extracto de caléndula o el extracto de cedro japonés. Consigue una piel más hidratada, radiante y de aspecto más joven gracias a su formulación rica en ingredientes activos. Su uso continuado permite redefinir los efectos del tiempo sobre la piel.
- Ampollas Naturales Antioxidante Bio Postquam 4 x 3 ml: Las ampollas de proteoglicanos son un tratamiento intensivo para pieles secas, maduras o desvitalizadas, que nutre y reafirma la piel, combatiendo los signos del envejecimiento. Su fórmula concentrada cuenta con ingredientes activos de acción sinérgica que confieren mayor firmeza y elasticidad a los tejidos.

Los proteoglicanos son macromoléculas que están de forma natural en la piel formando parte de su estructura y que aportan firmeza y elasticidad a la piel. Son capaces de absorber y retener gran cantidad de agua y por ello se utilizan para hidratar la piel de forma intensa y por sus propiedades reafirmantes.

Este tratamiento combina además en su formulación el Resveratrol, obtenido del extracto de uva, y la Vitamina C que le añaden un potente efecto antioxidante y aportan un extra de luminosidad a tu rostro. El ácido hialurónico ejerce su acción reafirmante al poder penetrar en el interior debido a su bajo peso molecular. Testado bajo control dermatológico.

Todos estos productos deben tener un coste similar a los del resto de la línea Voeu. Sin embargo, al ser biodegradables y ecológicos, el precio debe ser un poco más caro. Las razones principales de esta subida de precio son porque son productos fabricados de forma más artesanal que industrial, por lo que se implica más tiempo en su fabricación; porque su producción es a baja escala, es decir, que aún no tienen tanto volumen de demanda y por eso se fabrica en menores cantidades y por tanto, son menos rentables; porque las materias primas son mejores y por ello, más costosas y por último, porque está de moda y las empresas alzan los precios con las tendencias (Coinc Blog, 2018).

Estos productos deben tener un precio de una marca blanca y por lo tanto ofrecer calidad a un precio bajo, pero sin perder el valor de lo que ofrecen, además de ser productos importados desde España, con lo que implica un aumento en el coste.

5.5. Sydney como destino de venta

Las ciudades australianas se encuentran entre las más caras del mundo para vivir, lo que restringe el gasto de los consumidores. También, tiene una baja densidad de población, es decir, hay tres personas por kilómetro cuadrado frente a la media mundial de 25 personas por kilómetro cuadrado y el 80% de la población vive en una zona costera.

Conforme a este dato, es difícil elegir una ciudad a la que exportar. Las cinco ciudades grandes con más de un millón de habitantes son Sydney, Melbourne, Brisbane, Perth y Adelaide. La ciudad elegida ha sido Sydney, capital de Nueva Gales del Sur, por las siguientes razones:

- Es principal centro de consumo con 4.293.105 habitantes.
- Cuenta con la embajada de España allí.
- Tiene muchos ciudadanos jóvenes ya que muchos estudiantes y personas de corta edad viajan a esta ciudad de Australia para conocer mundo, aprender, estudiar y trabajar. Este tipo de personas son los que más consumen cosméticos y productos que cuidan la piel.
- Es una de las ciudades con mayor crecimiento, calidad de vida y mejor clima de Australia, por lo que es una ciudad que atrae personas para vivir en ella y cuantas más personas vivan, más probabilidades habrá de demanda.

5.6. El incoterm acordado

Los Incoterms son un conjunto de normas estandarizadas que fijan las condiciones comerciales en las transacciones de venta internacionales y establecen claramente las obligaciones de las partes implicadas, evitando el riesgo de litigios por diferencias de interpretación. El Incoterm elegido se basa en diferentes aspectos:

Tabla 8. Aspectos que determinan la elección del Incoterm.

	POSTQUAM COSMETIC S.L.	WOOLWORTHS
Tamaño de la empresa	Mediana	Grande
Experiencia Internacional	Sí	Sí

Riesgo país del país con el que se comercia	No	No
Tipo de transporte que se quiere usar	Carretera y barco	Carretera y barco
Tipo de carga	Cosméticos: cuidado especial	
Método de pago	Documentary credit	Documentary credit

Las empresas participantes son una PYME y una empresa grande. Lo general es que ambas tratarán de entregar la mercancía en su propio país para ahorrar gastos y, al haber hecho negocios con bastantes países, las dos tienen experiencia internacional. El país de destino, Australia, no presenta riesgos políticos, comerciales, logísticos o administrativos que el exportador español pueda temer.

Postquam Cosmetic S.L. contrata a un consultor de comercio exterior para informarse sobre el comprador y el riesgo del país de destino. El consultor les informa de que Australia es un país muy bueno para hacer negocios y que Woolworths es una empresa reconocida en el país, lo cual da confianza y seguridad al exportador sobre el importador.

Dado que en la negociación entre importador y exportador se acuerda que los medios de transporte a utilizar son la carretera y el barco, se utilizará el Incoterm CIP.

El incoterm CIP tiene una transferencia del riesgo de la mercancía en un momento distinto al de la transferencia de costes. La carga contenerizada es recomendable para este incoterm (iContainers, 2022).

Según los términos del Incoterm CIP, el vendedor entrega la mercancía y los documentos necesarios, el empaquetado y embalaje, se encarga del transporte interior en el país de origen y hace el despacho de aduanas en este, paga los gastos de salida en el país de origen junto con el flete marítimo internacional y el seguro de la mercancía. Por otra parte, el comprador además de lógicamente pagar las mercancías, se encarga de los gastos de llegada y los pagos del despacho de aduanas en el país de destino, del transporte interior en este y de los pagos de impuestos de aranceles. El seguro en este incoterm es obligatorio. Además, es la forma de asegurar que no haya pérdidas de ingresos si ocurre algún problema durante el envío, de forma que si ocurriese un siniestro la empresa vendedora sería indemnizada (iContainers, 2022).

Tabla 9. Funciones de cada parte por el Incoterm acordado.

POSTQUAM COSMETIC (SP)	WOOLWORTHS (AU)
Entrega de la mercancía y documentos necesarios	Pago de las mercancías
Empaquetado y embalaje	Gastos de llegada (o gastos en destino)
Transporte interior en el país de origen	Pago del despacho de aduanas en destino
Despacho de aduanas en origen	Transporte interior en el país de destino
Gastos de salida (o gastos de origen)	Pago de impuestos y aranceles
Flete marítimo internacional	
Seguro	

Este incoterm es elegido por las dos empresas porque por un lado, para el vendedor, Postquam Cosmetic S.L., se asegura la mercancía y se encarga de lo que ocurre en el país de origen que es su propio país, del cual tiene control de cómo funcionan los envíos, la aduana y los gastos y además, no tiene que encargarse de lo que ocurre en el país de destino, ya que por temas de legislación, no tiene el control total para realizar todos los trámites y pagos correctamente como lo puede hacer el importador. Por otro lado, para el comprador, Woolworths, no le importa encargarse de los gastos, la aduana, los impuestos y aranceles en el país de destino, es decir, en su propio país, porque entiende que al ser la primera exportación que realiza Postquam Cosmetic en Australia, es complicado exportar a un país nuevo y realizar todos los trámites requeridos por el país a la perfección para que todo salga correctamente. Es por este motivo y porque tiene una buena posición económica por ser una de las cadenas más importantes de supermercados del país que está de acuerdo en usar este incoterm. También se ve compensado porque la empresa vendedora española se encarga de pagar el flete marítimo.



Ilustración 4. Características del Incoterm CIP.

5.7. El transporte de la mercancía y su coste

El transporte principal de la mercancía es una decisión muy importante. Al tratarse la mercancía de cosméticos, es difícil elegir si el transporte debe ser avión o barco. Postquam Cosmetic S.L. debe poner en una balanza los beneficios y desventajas de ambos transportes.

El avión es mucho más rápido ya que tarda unos 4 o 5 días en llegar a Australia (DHL, UPS...) y tiene una gran cobertura por la cantidad de aeropuertos existentes mientras el barco puede tardar seis semanas en llegar por lo que hay que preparar el viaje con más antelación. En términos de costes, el avión es cinco veces más caro que el barco pero en un barco hay unos requisitos mínimos de cantidad a pagar por lo que si la cantidad es pequeña, sale mucho más rentable el avión. Igualmente el barco si llenamos varios pallets es la opción más económica. El avión está más limitado en la carga y no admite cargas peligrosas como lacas o sprays. Los productos cosméticos pueden ser sensibles a los cambios de temperatura por lo que hay que tenerlo en cuenta a la hora de elegir como irá embalada la carga (Biologistik, 2018). Ambos transportes pueden llevar los cosméticos de forma refrigerada para que los componentes no varíen y se mantengan en su estado inicial. El barco además de su precio asequible puede llevar todo tipo de cargas aunque sus plazos de entrega se alargan al ser un transporte más lento.

La decisión final es el transporte marítimo por su precio más económico, porque se va a enviar una cantidad que supera los mínimos que se exigen y porque Woolworths aconseja a Postquam Cosmetic que lo haga así por su experiencia internacional con otras empresas que les envían productos del mismo sector.

"Plan de exportación a Australia por la empresa Postquam Cosmetic S.L."

Colías Martínez, Andrea

El transporte en el país de origen es el camión, el transporte principal es el barco y el transporte en el país de destino es el camión. El lugar convenido de recogida de la mercancía por el importador para el transportista es el almacén de la empresa del exportador en Valladolid (Postquam Cosmetic SL con sede en Carretera Burgos – Portugal KM. 115 47270 Cigales - Valladolid). El lugar convenido para la entrega es el almacén de Sydney de la empresa Woolworths (333 George St, Sydney NSW 2000, Australia).

Como la operación está marcada por el Incoterm CIP, la empresa Postquam Cosmetic solo se encarga del transporte interior en España y del flete marítimo internacional, además de toda la documentación requerida para esto. La empresa vendedora realiza una cotización del transporte a través de iContainers y obtiene el siguiente resumen de datos y precios:

Tabla 10. Resumen de la cotización.

Código postal de origen	47270
Puerto de origen	Valencia
Puerto vía	Singapur
Puerto de destino	Sydney
Tiempo de tránsito estimado	37 días
Fecha de salida	10 de julio 2022
Contenedores	9 x DV20

Tabla 11 (cont.). Resumen de la cotización.

Seguro	Sí
Incoterm	CIP

Tabla 12. Desglose de precios del transporte para el exportador Postquam Cosmetic, S. L.

Flete	22.211,89€
THC Puerto local (ES)	1001€
ISPS (ES)	100€
Ajuste de combustible (ES)	1362,64€

Movimientos (ES)	120€
Documento de embarque	93€
Gestión y tasa portuaria (ES)	180€
Solas VGM Pesaje (ES)	220€
ITS International Transmission Surcharge (ES)	210€
Transporte interior (ES)	5.7774,65€
CRM (ES)	50€
Cargos de administración (ES)	85€

5.8. Forma de pago e ingresos

La empresa vendedora española Postquam Cosmetic S.L. negocia con la empresa compradora australiana Woolworths en el momento de realizar el acuerdo unos precios de los productos a vender. Postquam Cosmetic necesita calcular los ingresos que obtendrá al final del proceso para saber si les merece la pena la exportación a pesar de los costes que supondrá la realización de la mercancía, el transporte y la documentación.

Para calcular los precios a los que les saldría rentable vender la mercancía para compensar los costes utilizan una fórmula que les da el margen de beneficio que Postquam Cosmetic ganaría. Esta fórmula es la siguiente: El precio del producto al que lo venden a Woolworths menos el coste total que supone la fabricación del producto (precio de envase + producto) entre el precio del producto al que lo venden a Woolworths.

$$\text{Margen } (\%) = \frac{\text{Precio de venta del producto} - \text{Coste de fabricación del producto}}{\text{Precio de venta del producto}}$$

El coste del producto es la primera parte a calcular. Se trata de la suma del precio del envase lo cual es la suma de costes del etiquetado junto con el tarro o bote y el tapón, sumado al precio del producto en sí, es decir, del precio del líquido que contiene el envase completo. Estos costes son siempre los mismos, ya que la fabricación del producto total siempre cuesta lo mismo a no ser que los proveedores suban sus precios. Los costes de productos de la lista de productos que se van a vender a Woolworths es la siguiente:

Tabla 13. Costes de fabricación de los productos comercializados.

REFERENCIA	ENVASE	PRODUCTO	<u>COSTE TOTAL / UD</u>
LIDSURSM03	0,18433 €	0,5300 €	0,71433 €
LIDBIOSM01	0,16438 €	0,3900 €	0,55438 €
LIDBIOSM02	0,23232 €	0,4594 €	0,69172 €
LIDBIOSM03	0,22263 €	0,4210 €	0,643263 €
LIDBIOSM04	0,13389 €	0,4210 €	0,055489 €
LIDBIOSM05	0,311820 €	0,3600 €	0,67182 €
LIDBIOSM06	0,311510 €	0,4210 €	0,73251 €
LIDBIOSM07	0,194780 €	0,3654 €	0,56018 €
LIDBIOSM08	0,21600 €	0,41005 €	0,62605 €

Para que la exportación salga rentable, Postquam Cosmetic S.L. tiene calculado en general con otras exportaciones internacionales, que el margen debe ser en torno al 50% de ingresos. En función de esto, el departamento de contabilidad de Postquam Cosmetic S.L. ha calculado el precio al que se debería vender cada artículo a Woolworths. Estos precios varían dependiendo del país y los costes que le supone a la empresa realizar la exportación a dicho país, por eso estos precios son determinados para esta exportación a Australia, ya que es la primera vez que se exporta a este país. Los precios de los productos a los que se venden los productos a Woolworths son los siguientes:

Tabla 14. Precio de venta de los productos a Woolworths.

REFERENCIA	COSTE TOTAL / UD
LIDSURSM03	3,1552 €
LIDBIOSM01	1,9302 €
LIDBIOSM02	3,1762 €
LIDBIOSM03	2,7612 €

LIDBIOSM04	2,9002 €
LIDBIOSM05	2,8754 €
LIDBIOSM06	2,9014 €
LIDBIOSM07	2,9364 €
LIDBIOSM08	3,1984 €

Lo que Woolworths gana no es importante para Postquam Cosmetic puesto que mira por sus beneficios, pero se podría saber haciendo una resta del precio a cómo Woolworths lo vende en los supermercados de Australia del precio que pagan por comprárselo a Postquam Cosmetic S.L (lista de precios de la última tabla).

Respecto a la forma de pago que acuerdan las dos partes, se trata de una transferencia bancaria. Postquam Cosmetic suele utilizar esta forma de pago en sus exportaciones internacionales de retail ya que suelen ser empresas muy reconocidas mundialmente, por lo que Postquam Cosmetic tiene la seguridad de que va a ser pagado aunque sea la primera vez que hacen negocios. Además, la transferencia bancaria es un medio de pago muy actual por su facilidad y rapidez.

Postquam Cosmetic acuerda con Woolworths un pago a los 60 días. El proceso de pago se va a realizar de la siguiente forma: Una vez que el pedido ha sido recibido por Woolworths, Postquam Cosmetic subirá la factura del pedido a una aplicación que suele usar en otras exportaciones internacionales denominada Edicom a través de la cual se suben las facturas y esta aplicación contabiliza desde el día que se ha subido el documento hasta 60 días después para que así se avise de cuando se debe recibir el dinero ganado por la venta de la mercancía.

5.9. El seguro

Las empresas quieren cubrirse con un seguro para prevenir posibles pérdidas o daños que puedan ocurrir durante el transporte de la mercancía. Como el incoterm elegido es CIP, el exportador español es quien contrata el seguro y paga la prima. El asegurador es un banco español denominado Banco Santander. Al ser el exportador español el que se encarga de contratar el seguro, se decide que tanto el seguro como la operación se realice en euros, así resulta más fácil la operación para Postquam Cosmetic y así recibe el cobro de la

mercancía en su moneda directamente, lo cual evita que haya pérdidas de beneficios por la moneda de cambio.

El exportador y el importador temen los riesgos habituales que se producen en el transporte marítimo: hundimiento del barco, accidente durante la carga o descarga de la mercancía, caída del contenedor desde la cubierta al mar, piratería, llegadas forzadas, tormentas, etc.

Postquam Cosmetic hace un contrato con el Banco Santander a través del cual se comprometen, a cambio de que Postquam Cosmetic S.L. (asegurado y beneficiario) pague una prima, a ser indemnizado en el caso de que los intereses asegurados sean perjudicados o dañados durante el envío. El objeto del contrato del seguro son los intereses asegurables, es decir, los buques y embarcaciones, el flete, el cargamento, la responsabilidad civil derivada del ejercicio de navegación y cualquier otro interés patrimonial expuesto al riesgo del viaje marítimo. El banco Santander, el asegurador, tiene derecho a cobrar una prima por la cobertura de todos estos riesgos en la expedición marítima (La Ley, 2022).

Por ello, se contrata una póliza por viaje para cubrir el riesgo que se produce entre el punto de origen y el punto de destino (carga, estiba, desestiba, descarga y entrega final). Esta póliza, calculada por iContainers, tiene un valor de 1081,08€.

5.10. Simulación de precios de la exportación

Con la ayuda del simulador de precios que proporciona el ICEX junto con el desglose de precios que aporta iContainers, Postquam Cosmetic puede hacer una lista de costes para analizar los costes y beneficios totales de la operación.

A continuación, en primer lugar, se van a exponer todos los costes que gasta la empresa vendedora, Postquam Cosmetic S.L., en realizar la exportación de sus productos:

Tabla 15. Costes totales de exportación para Postquam Cosmetic S. L.

Costes de producto totales (pallets)	LIDSURSM03 = 2475 uds/pallet x 0,71433€/ud = 1.767,96675 €
	LIDBIOSM01 = 2160 uds/pallet x 0,55438 €/ud = 1.197,4608 €
	LIDBIOSM02 = 2112 uds/pallet x 0,69172 €/ud = 1.460,91264 €

	LIDBIOSM03 = 2016 uds/pallet x 0,643263 €/ud = 1.296,818208 € LIDBIOSM04 = 4200 uds/pallet x 0,055489 €/ud = 2.330,538 € LIDBIOSM05 = 2016 uds/pallet x 0,67182€/ud = 1.354,38912 € LIDBIOSM06 = 2112 uds/pallet x 0,73251€/ud = 1.547,06112 € LIDBIOSM07 = 2016 uds/pallet x 0,56018 €/ud = 1.129,32288 € LIDBIOSM08 = 1800 uds/pallet x 0,62605 €/ud = 1.126,89 € TOTAL = 13.211,35951 €
Costes de embalajes	300€
Seguro	1081,08€.
Flete	22.211,89€
THC Puerto local (ES)	1001€
ISPS (ES)	100€
Ajuste de combustible (ES)	1362,64€

Tabla 16 (cont.). Costes totales de exportación para Postquam Cosmetic S. L.

Movimientos (ES)	120€
Documento de embarque B/L	93€
Gestión y tasa portuaria (ES)	180€
Solas VGM Pesaje (ES)	220€
ITS International Transmission Surcharge (ES)	210€

Transporte interior (ES)	5.777,465€
CRM (ES)	50€
Cargos de administración (ES)	85€
TOTAL	46.003,43451 €

En segundo lugar, se presentan los ingresos acordados que va a facturar Postquam Cosmetic por vender sus productos a Woolworths. Para esto, se multiplica el precio al que Postquam Cosmetic vende sus productos a Woolworths por la cantidad que le vende.

Tabla 17. Ingresos de Postquam Cosmetic S.L. por la exportación.

LIDSURSM03	2475 uds/pallet x 3,1552 €/ud = 7.809,12 €
LIDBIOSM01	2160 uds/pallet x 1,9302 €/ud = 4.169,232€
LIDBIOSM02	2112 uds/pallet x 3,1762 €/ud = 6708,1344€
LIDBIOSM03	2016 uds/pallet x 2,7612 €/ud = 5.566,5792€
LIDBIOSM04	4200 uds/pallet x 2,9002 €/ud = 12.180,84€
LIDBIOSM05	2016 uds/pallet x 2,8754 €/ud = 5.796,8064€

Tabla 18 (cont.). Ingresos de Postquam Cosmetic S.L. por la exportación.

LIDBIOSM06	2112 uds/pallet x 2,9014 €/ud = 6.127,7568€
LIDBIOSM07	2016 uds/pallet x 2,9364 €/ud = 5.919,7824€
LIDBIOSM08	1800 uds/pallet x 3,1984 €/ud = 5.757,12€
TOTAL	60.035,3712 €

"Plan de exportación a Australia por la empresa Postquam Cosmetic S.L."

Colías Martínez, Andrea

Finalmente, se va a calcular la diferencia entre los costes e ingresos para ver los beneficios totales:

Tabla 19. Beneficios totales de la exportación.

COSTES	46.003,43451 €
INGRESOS	60.035,3712 €
BENEFICIOS	14.031,93669 €

Como se puede ver la exportación sale rentable. Postquam Cosmetic recibiría 14.031,93669 € por la venta de los cosméticos a Woolworths.

Además, como ocurre en general en todas las empresas que hacen negocios mediante la exportación, a medida que los productos se van consumiendo en el supermercado, estos no se consumen a la misma velocidad por muchos factores que determinan la demanda (tiempo, gustos, ..) lo que hace que a la hora de pedir productos de nuevo a la empresa vendedora ya solo se pidan varias referencias en un momento porque se consuman con más frecuencia y ciertas otras cada más tiempo porque se consumen menos, por lo que la exportación no va a ser siempre de las nueve referencias a la vez.

5.11. Certificados necesarios

Australia tiene un comercio exterior abierto y liberal, aunque impone unas restricciones específicas que vienen de su régimen de cuarentena, lo cual se aplica a los productos con origen animal o vegetal (ICEX, 2022).

Para cumplir con las regulaciones gubernamentales que controlan las importaciones de Australia, así como para cumplir con los requisitos de pago del comercio internacional, hay una serie de documentos que se requieren. Australia es signataria del acuerdo de Valoración en Aduana GATT/OMC (Ronda Uruguay, 1994) (Sección Comercial del Consulado General de la República Argentina en Sydney, 9).

El "Customs Act" rige la declaración de aduanas y en 2005 se estableció el "Integrated Cargo System" para todas las importaciones que llegan a Australia y es por eso que los importadores si quieren vender sus productos dentro del país australiano, tienen el deber de registrarse en la Aduana Australiana (Australian Customs Services) (Sección Comercial



del Consulado General de la República Argentina en Sydney, 10).

Los documentos necesarios que la “Australian Custom Service” obliga a presentar son la factura comercial, certificado de embarque (3 copias), el certificado de cuarentena, el packing list y certificado de fumigación si los pallets fuesen de madera, paja o derivados (ICEX, 2022).

Postquam Cosmetic conoce estos documentos de otras exportaciones y además de estos imprescindibles, se preparará una factura proforma y un albarán de entrega para poder lograr ganar una mayor confianza con Woolsworths a la hora del proceso de negocio. También es recomendable llevar por si el oficial de aduanas lo exige un certificado de origen de los productos para determinar que el bien ha sido fabricado totalmente en el país de origen, es decir, en España. Estos documentos deben ser guardados durante 5 años porque si la Aduana los pide y han desaparecido, las empresas recibirán una multa (ICEX, 2022). Es importante conocer la utilidad de todos estos documentos a presentar y por eso, se van a explicar a continuación para qué sirven y posteriormente, se aportarán ejemplos de estos:

1. Factura proforma: Es un documento que declara el compromiso del vendedor de vender mercancías al comprador a precios y condiciones específicos. Se utiliza para declarar el valor del comercio. Es una orden de compra confirmada en la que el comprador y el proveedor se ponen de acuerdo sobre los detalles del producto y el coste que se enviará al comprador. Esta factura contiene una descripción del producto, una lista detallada de los gastos y las condiciones de venta. No es una verdadera factura, sino que sirve como presupuesto en forma de factura (Global Negotiator).

Proforma Invoice

Exporter POSTQUAM COSMETIC S L Ctra. Burgos-Valladolid km 115 49270 Cigales, Valladolid		Date 20/06/2022		PO Number _____	
Ultimate Consignee WOOLWORTHS 333 GEORGE ST SYDNEY NSW 2000 AUSTRALIA		Order Number WECCL220520AUS2		Terms _____	
Intermediate Consignee _____		Commercial Invoice Number FV2468356		Proforma Invoice Number 2468356PV	
		Ultimate Consignee Phone _____		Customer Account Number _____	
		Exporting Carrier DHL		Loading Pier/Terminal _____	
		Origination State SPAIN		Country of Destination AUSTRALIA	
		Exporter Contact Name POSTQUAM		Exporter Contact Phone _____	

Quantity	Product ID	Description	Schedule B Code	Unit Price	Total Price
2475	LIDLBIOSM3	ELIXIR DE ARGÁN	34552	7.809,12€	
2160	LIDLBIOSM01	AGUA MICELAR ANTIPOCULIÓN	19302	4.169,232€	
2112	LIDLBIOSM02	SERUM NATURAL ANTIPOCULIÓN	3462	6.708,1344€	
2016	LIDLBIOSM03	BIO CREMA DIA ANTIPOCULIÓN	213612	5.566,592€	
4200	LIDLBIOSM04	CONTORNO OJOS ANTIPOCULIÓN	219002	12.180,84€	
2016	LIDLBIOSM05	CREMA DE DIA ANTIPOCULIÓN	218754	5.796,8064€	
2112	LIDLBIOSM06	SERUM NATURAL ANTIPOCULIÓN	219014	6.127,7568€	
2016	LIDLBIOSM07	CREMA DE NOCHE ANTIPOCULIÓN	219364	5.919,7824€	
1800	LIDLBIOSM08	AMPUHAS NATURALES ANTIPOCULIÓN	31984	5.751,12€	

WAREHOUSE : SYDNEY
 DELIVERY IN WAREHOUSE : 16/08/2022
 9 PAQUETS
 INCOTERM : CIP

postQuam
 The Super Product. On. 10+4720-08412 (EU)
 POSTQUAM COSMETIC S.L. • CIF: B-016790

Ex-Works Value
 Inland Freight Fee
 Handling Fee
 Consular Fee
 Ocean/Air Fee
 Insurance Fee
 Other Charges

Total: **60.035,3912€**

Authorized Signature _____ Page 1 of 1

This document created using Shipping Solutions Professional export software: www.shippingsolutions.com.

Ilustración 5. Factura proforma.

2. **Factura comercial:** Contiene mucha información y actúa como una factura de venta entre el comprador y el vendedor. Describe lo que se está exportando, hace referencia a los números importantes de la transacción y también sirve como vehículo para recibir el pago. Debe prepararse según lo acordado en la factura proforma (Global Negotiator).

Commercial Invoice

Exporter POSTQUAM COSMETIC S.L. Ctra. Burgos - Portugal km 115 47240 Cigales, Valladolid		Date 21/06/2022	PD Number []
Ultimate Consignee WOOLWORTHS 333 GEORGE ST SYDNEY NSW 2000 AUSTRALIA		Order Number WEGEL220520-AUS2	Terms []
Intermediate Consignee []		Commercial Invoice Number 4V2468356	Proforma Invoice Number 2468356PV
		Ultimate Consignee Phone []	Customer Account Number []
		Exporting Carrier DHL	Loading Pier/Terminal []
		Origination State SPAIN	Country of Destination AUSTRALIA
		Exporter Contact Name POSTQUAM	Exporter Contact Phone []

Quantity	Product ID	Description	Schedule B Code	Unit Price	Total Price
2475	LIDLURSM03	ELIXIR DE ARGÁN		314552	7.809,42€
2160	LIDLBOSM01	AGUA MICELAR ANTIPOUCIÓN		119302	4.169,232€
2112	LIDBOSM02	SERUM NATURAL ANTIPOUCIÓN		314762	6108,1344€
2016	LIDBOSM03	BIOCREMA DÍA NATURAL ANTIPOUC.		217612	5566,5792€
4200	LIDBOSM04	CONSORNO OJOS ANTIPOUCIÓN		219002	12.180,84€
2016	LIDBOSM05	CREMA DE DÍA ANTIPOUCIÓN		218754	5.796,8064€
2112	LIDBOSM06	SERUM NATURAL ANTIPOUCIÓN		219014	6.127,7568€
2016	LIDBOSM07	CREMA DE NOCHE ANTIPOUCIÓN		219364	5.919,7824€
1800	LIDBOSM08	AMPOLLAS NATURALES ANTIPOUC.		314984	5.757,12€

WAREHOUSE: SYDNEY
 DELIVERY IN WAREHOUSE: 16/08/2022
 9 PALLETS:
 INCOTERM: CIP

The Reg. Patent No. 10-4070 OIGALES (M)
 POSTQUAM COSMETIC S.L. • C.I.F. B-47427911

Authorized Signature _____

Ex-Works Value
 Inland Freight Fees
 Handling Fees
 Consular Fees
 Ocean/Air Fees
 Insurance Fees
 Other Charges

Total: 60.035,3312€

Page 1 of 1

This document created using Shipping Solutions Professional export software: www.shippingsolutions.com.

Ilustración 6. Factura comercial.

- Certificado de origen:** Documento que asegura que los bienes exportados de ese país han sido fabricados en el mismo. Se suele emitir en el país del que la mercancía sale y es emitido por la Cámara de Comercio.

1. Expéditeur, Expéditeur, Consignor, المرسلون 发货人 Fabricante: POSTQUAM COSMETIC SL C/real Berezos Portugal, Lda 413 47170 C/gales Valladolid Expéditeur: SA IERN DELTSCHLAND GMBH Leibniz str 15 63303 Dreieich Germany DE216618184 EORI DE2557187		N° 7469070 ORIGINAL			
2. Destinataire, Destinataire, Consignee, المرسل اليه 收货人 WOOLWORTHS 333 GEORGE ST SYDNEY NSW 2000 AUSTRALIA		COMUNIDAD EUROPEA COMMUNAUTÉ EUROPEENNE EUROPEAN COMMUNITY الجماعة الأوروبية الأوروبية 欧洲共同体 CERTIFICADO DE ORIGEN CERTIFICAT D'ORIGINE CERTIFICATE OF ORIGIN شهادة المنشأ 原产地证明			
3. País de origen, Pays d'origine, Country of origin, المبدأ 原产国 ESPAÑA		5. Observaciones, Remarques, Remarks, ملاحظات 备注			
4. Informaciónes relativas al transporte, (Mención facultativa), Informations relatives au transport (Mention facultative) Transport details (Optional), ملاحظة 运输情况 TRANSPORTE POR CARRETERA		6. N° de orden, marcas, numeración, número y naturaleza de los bultos, designación de las mercancías N° d'ordre, marques, numéros, nombre et nature des colis, désignation des marchandises Item number, marks, number and kind of packages, description of goods COSMETIC GOODS FACTURA / INVOICE FV2468356 postQuam		7. Cantidad, Quantité, Quantity, الكمية 数量 9 EP - 20907 UDS 9 palets peso bruto 40624KG total unidades 20907 uds	
8. La autoridad que suscribe certifica que las mercancías designadas son originarias del país que figura en la casilla n.º 3. L'autorité soussignée certifie que les marchandises désignées ci-dessus sont originaires du pays figurant dans la case n.º 3. The undersigned authority certifies that the goods described above originate in the country shown in box 3. Valladolid, 4th May 2015 Arg. Atienza Pérez Valladolid Chamber of Commerce and Industry					

Ilustración 7. Certificado de origen.

4. Carta de Porte por Carretera CRM: Documento completado por el exportador para ser entregado a la agencia de transporte con la finalidad de que acompañe en el viaje por carretera del camión a la mercancía. El viaje por carretera va desde el exportador hasta el importador y puede pasar por otro transportista después

(marítimo, aéreo), dependiendo de cada operación internacional (Global Negotiator).

1 Exemplar für den Absender
Exemplar for the sender
Copy for sender

1 Adresnik (Name, Address, City)
Absender (Name, Address, City)
Sender (Name, Address, City)

postQuam
C/da Rega-Pedregal, N.º 115 - 47010 OIGALES (VA)
POSTQUAM COSMETIC S.L. • C.I.F.: 8-47017318

MIEDZYNARODOWY SAMODRODOWY LIST PRZEWOZOWY MR
INTERNATIONALER FRACHTBRIEF MR
INTERNATIONAL CONSIGNMENT NOTE

CMR 6467045

Niniejszy przewóz podlega postanowieniom konwencji o unijnej odpowiedzialności przewoźnika (convention for CMR) lub w jej braku na podstawie przepisów krajowych.
Diese Sachfrachtung unterliegt nach einer entsprechenden Vereinbarung dem Übereinkommen über das Internationale Übereinkommen über das Internationale Statut der CMR.
This carriage is subject notwithstanding any clause to the contrary, to the Convention on the Contract for the International Carriage of goods by road (CMR).

2 Adresnik (Name, Address, City)
Empfänger (Name, Address, City)
Consignee (Name, Address, City)

Aeroporto de Valencia
Av. MII del Turia, S/N
46024 Valencia.

16 Adresnik (Name, Address, City)
Frachtlieferant (Name, Address, City)
Carrier (Name, Address, City)

DHL

3 Auslieferungsort (Name, Address, City)
Auslieferungsort des Gutes (Name, Address, City)
Place of delivery of the goods (Name, Address, City)

VALENCIA
ESPAÑA

17 Nachlieferungsort (Name, Address, City)
Nachlieferungsort des Gutes (Name, Address, City)
Destination address (Name, Address, City)

4 Ort und Tag der Abgabe (Name, Address, City)
Ort und Tag der Abgabe (Name, Address, City)
Place and date

postQuam
C/da Rega-Pedregal, N.º 115 - 47010 OIGALES (VA)
POSTQUAM COSMETIC S.L. • C.I.F.: 8-47017318

18 Zeitpunkte und Orte der Abgabe
Vorhalte- und Anlieferungen der Frachtlieferant
Carrier's instructions and observations

5 Zuständige Behörde
Zuständige Behörde
Authorities address

6 Gewicht / Netto
Kilogramm und Nummern
Meters and numbers

9 PALETS COSMETICOS

7 Anzahl Stück
Anzahl der Packstücke
Number of packages

8 Gewicht / Brutto
Kilogramm und Nummern
Meters and numbers

10 Gewicht / Brutto
Kilogramm und Nummern
Meters and numbers

11 Gewicht / Brutto
Kilogramm und Nummern
Meters and numbers

12 Gewicht / Brutto
Kilogramm und Nummern
Meters and numbers

13 Gewicht / Brutto
Kilogramm und Nummern
Meters and numbers

14 Gewicht / Brutto
Kilogramm und Nummern
Meters and numbers

15 Gewicht / Brutto
Kilogramm und Nummern
Meters and numbers

19 Postanweisungen spezielle
Besondere Vereinbarungen
Special agreements

ENTREGA IMPERATIVA
10-07-22 A LAS 9 HORAS
CONTIENE 9 EP
(20.907 uds)

20 Zu zahlen vom
To be paid by

	Adresnik Absender Sender	WÄHRUNG Currency	Geldbetrag in Worten Consignee
Previsione Fracht Damage charges			
Schaden Schadensgebühren Reparaturen			
Sonder Sondergebühren Einzeln			
Deckung Kontingentsgebühren Suspense charges			
Handel Handelgebühren Maklergebühren			
Kosten Zahlung Zahlung			

21 Anweisung an
Auslieferung in
Einzelnheiten in

OIGALES 07-07-22

22 postQuam
C/da Rega-Pedregal, N.º 115 - 47010 OIGALES (VA)
POSTQUAM COSMETIC S.L. • C.I.F.: 8-47017318

24 Prosignale empfangen / Gut empfangen /
Goods received

Unterschrift
Ort
Datum

Prosignale empfangen / Gut empfangen /
Unterschrift und Datum des Empfänger
Signature and date of the consignee

Ilustración 8. Carta de porte por carretera.

5. Documento de embarque: Documentos en papel o en formato electrónico que prueban la realización del embarque de la mercancía. Los documentos de embarque más habituales son: la Carta de Porte CMR, la Carta de Porte Aéreo

AWB, el Conocimiento de Embarque Marítimo B/L y el Conocimiento de Embarque Multimodal FIATA FBL (Global Negotiator).

Ocean Bill of Lading Page 1 of 1

Exporter POSTQUAM COSMETIC S.L CTRA. BURGOS-FERTUGAL KM 115 47270 cigales, Valladolid		Booking Number BL435497	Document Number 6754321698814
		Export References	
Ultimate Consignee WOOLWORTHS 333 GEORGE ST SYDNEY NSW 2000 AUSTRALIA		Forwarding Agent TIBA	
Notify Party		Also Notify	
Pre-Carriage By	Place of Receipt SYDNEY	Domestic Routing	
Exporting Carrier TIBA	Port of Loading VALENCIA	Loading Pier/Terminal 45	
Port of Discharge SYDNEY	Place of Receipt on Carrier PORT OF SYDNEY	Type of Move	
Marks and Numbers	No. of Pkgs 9EP	HM	Description COSMETICS
			Weight (lbs.) 1062'1
			Measurements DV20

postQuam
 An Approved by ICA Accredited
 Member of the ICA

Ship Ref No. There are pages, including attachments to this Ocean Bill of Lading.

These commodities, technology or software were exported from the United States in accordance with the Export Administration Regulations. Diversion contrary to U.S. law prohibited.
 Center has a policy against payment substitution, or receipt of any notes, drafts or indorsals, which would be unlawful under the United States Shipping Act, 1980 as amended.

FREIGHT RATES, CHARGES, WEIGHTS AND/OR MEASUREMENTS		
SUBJECT TO CORRECTION	PREPAID	COLLECT
GRAND TOTAL		

Received by Carrier in agreement by ocean vessel between port of loading and port of discharge, and for arrangement or procurement of pre-carriage from place of receipt and on-charge to place of delivery, where stated above, the goods as specified above in apparent good order and condition unless otherwise stated. The goods to be delivered at the above mentioned port of discharge or place of delivery, whichever is applicable.

IN WITNESS WHEREOF original Bills of Lading have been signed, and otherwise subject above, one of which being accomplished the others shall be void.

DATED AT VALENCIA

BY _____

Agent

09 10 2022

Min Day Year

B/L No

This document created using Shipping Solutions Professional export software: www.shippingsolutions.com.

Ilustración 9. Documento de embarque.

6. Certificado de cuarentena: Documento emitido por la entidad aduanera del país importador que certifica el estado de los bienes importados tras analizar si están libres de enfermedades y plagas con el objetivo de mantener cuidados la flora y fauna del país (ICEX).

7. Packing list o lista de empaque: Acompaña a un envío internacional y sirve para informar a las empresas de transporte sobre lo que están trasladando. También permite al cliente y a otros implicados en la transacción comprobar lo que se ha enviado con la factura proforma (Global Negotiator).

Ctra. Burgos-Portugal Km.115. 47270 Cigales - (Valladolid) Spain

PACKING LIST
 WECEL220520AUS2

Cliente	Nº pallets	Article	Description	Quantity	Manufacturing Lot
WOOLWORTHS 333 GEORGE ST SYDNEY NSW 2000 AUSTRALIA	9	LIDLBIOSMO3	ELIXIR DE ARGÁN	2475	36EJ
		LIDLBIOSMO1	AGUA MICELAR ANTIPOD.	2160	04KL
		LIDLBIOSMO2	SÉRUM NATURAL ANTIPOD.	2112	04KI
		LIDLBIOSMO3	BIO CREMA DÍA ANTIPOD.	2016	26MP
		LIDLBIOSMO4	CONJUNTO OJOS ANTIPOD.	4200	28JK
		LIDLBIOSMO5	CREMA DE DÍA ANTIPOD.	2016	99KK
		LIDLBIOSMO6	SÉRUM NATURAL ANTIPOD.	2112	56PQ
		LIDLBIOSMO7	CREMA DE NOCHE ANTIPOD.	2016	29AC
LIDLBIOSMO8	AMPOLLAS NATURALES ANTIPOD.	1800	31OC		

Total cartons: 1561
 Units per carton: 15155169
 Nº total pallets: 9
 Gross weight: 40621.4 KG
 Net weight: 56319.4 KG
 CBM: 2491.56

Ilustración 10. Packing list.

8. Certificado de fumigación o certificado de control de plagas: Certifica que todos los embalajes de madera, lana, paja, esterillas y tambores han sido fumigados antes de realizar el envío internacional por vía marítima para prevenir la propagación de plagas. El incumplimiento puede causar que la mercancía no sea enviada o se cree un retraso en el almacén a la hora de llegada al puerto (iContainers).
9. Albarán de entrega: Certifica la entrega de la mercancía al comprador, que debe firmarlo para dejar claro que la mercancía se ha entregado según las condiciones establecidas. Este documento tiene una doble función para el exportador: como justificación de la salida de la mercancía de su almacén y como prueba de la entrega al importador, por lo que en ese sentido es importante que el transportista obtenga una copia firmada por el importador. Para el importador, este documento sirve para



verificar que la mercancía recibida coincide con la que figura en la orden de compra o el contrato de venta. Para el transportista, este documento es la prueba de la entrega de la mercancía (Global Negotiator).

6. Conclusión

Debido a que Postquam Cosmetic S.L., empresa vallisoletana española del sector cosmético, tuviese el objetivo de intentar expandirse a Australia, este trabajo ha analizado si este propósito era posible.

En primer lugar, el análisis de Australia como país ha demostrado ser bueno tras tener unas características demográficas, políticas, económicas y de comercio exterior favorables. Demográficamente, Sydney es la ciudad con mayor población y Australia resulta ser un país muy rico en recursos naturales, minerales y energéticos. Políticamente, en 2016, la UE y Australia llegaron a un acuerdo económico y comercial basado en el principio de la *Nación más Favorecida*. Posteriormente, en 2018, hicieron un Acuerdo de Libre Comercio para lograr un comercio más activo entre las partes. Esto unido a que los datos económicos demuestran que Australia no tiene riesgo país, si no que por el contrario es un país muy estable económicamente, lo cual está reflejado en el alto nivel de vida de sus habitantes, hace que este país sea ventajoso para Postquam Cosmetic.

Australia es un país seguro para realizar negocios y que ha demostrado no dejar de crecer en los últimos años y que continuará teniendo un próspero crecimiento en los próximos al contar con un puesto mundial del PIB por encima de Estados Unidos, Alemania o Reino Unido según el FMI, con una gran estabilidad y transparencia del sistema legal y político, simplicidad de trámites administrativos y alta seguridad jurídica. Sobre el comercio exterior, la UE representa el 9,1% del comercio de Australia. El país australiano cuenta con grandes flujos de inversión directa y una máxima calificación crediticia. Además, las relaciones bilaterales entre Australia y España tras el estudio han demostrado también ser buenas y por ello, realizar exportaciones a Australia resulta fácil al existir entre ambos países un acuerdo de Libre Comercio y el convenio que evita la doble imposición y previene la evasión fiscal respecto a los impuestos sobre la renta.

En segundo lugar, la investigación del mercado de productos cosméticos en Australia nos muestra que es un sector que ha crecido un 21% en los últimos años y también, que lo más vendido son los productos destinados al cuidado de la piel, después el maquillaje y por último los productos dedicados al cuidado capilar. En Australia, las marcas multinacionales tienen un gran peso en el país pero conviven fácilmente con pequeñas empresas especializadas en el sector que demandan importaciones.

Respecto al consumidor australiano, es un ciudadano con un poder adquisitivo mayor al español, que suele comprar sus cosméticos en farmacias y supermercados para buscar una mejor calidad. Los gustos de la población australiana son muy cuidadosos con el medio ambiente y buscan evitar químicos dañinos, por eso quieren productos naturales y ecológicos que a la vez sean rejuvenecedores.

Postquam Cosmetic lleva años de mayor preocupación por el medioambiente y por eso ha creado líneas de productos ecológicos. Por esta razón, sabría introducirse bien en los gustos y preocupaciones de la población australiana, además de que llamaría la atención de estos por su packaging innovador, y así lograría demostrar su calidad a buen precio y en consecuencia, fidelizar clientes.

Gracias a todo lo anterior viendo las oportunidades que Australia puede ofrecer a Postquam, la empresa española decide la entrada a Australia y crea un plan de actuación en este mercado. Tras la búsqueda de la empresa a través del ICEX que venda los productos de Postquam Cosmetic, se encuentra una cadena de supermercados de gran éxito en el país llamada Woolworths. Postquam Cosmetic S.L. acepta ser la marca blanca como *retail* de Woolworths, siendo el proveedor que se esconde tras la línea Voeu. Observando los productos que hay en esta línea, Postquam Cosmetic ofrece nueve productos innovadores y ecológicos que encajen dentro de esta. Se decide que la ciudad en la que se venda va a ser en Sydney y se acuerda un incoterm entre las dos empresas. Este incoterm es CIP y marca toda la exportación y la repartición de gastos entre las partes. Postquam Cosmetic se encarga de realizar el transporte de la mercancía desde Valladolid hasta la llegada a Australia y de contratar un seguro para la mercancía. Finalmente se estudia la forma de pago entre las partes y se calculan los beneficios totales que ganaría Postquam Cosmetic con la exportación por la venta de sus productos restando todos los costes que supone. También se exponen todos los documentos necesarios que requiere la exportación.

Al final, se concluye que la exportación es rentable porque aunque a Postquam le costaría 46.003,43 € recibiría 60.035,37 €, por lo tanto recibe unos beneficios totales de 14.031,93 €. De esta forma, la empresa exportadora Postquam Cosmetic abre un nuevo mercado en un nuevo país muy potencial como es Australia y consigue beneficios de dicha operación.

Bibliografía

- Australian Government, Department of Health and Therapeutic Goods Administration. *Importing Therapeutic Goods*. Recuperado el 06/05/2022 de <https://www.tga.gov.au/importing-therapeutic-goods>
- Biologistik S.A (21/08/2018). *Transporte aéreo o marítimo, ¿qué es mejor para mover mercancías?* Recuperado el 25/05/2022 de <https://www.biologistik.com/blog/transporte-aereo-maritimo/>
- Coinc Blog (06/07/2018). *¿Por qué los productos ecológicos son más caros?* Recuperado el 06/05/2022 de <https://www.coinc.es/blog/noticia/productos-ecologicos-mas-caros>
- Diario Expansión. Datos Macro - *Australia: Economía y demografía*. Recuperado el 21/01/2022 de <https://datosmacro.expansion.com/paises/australia>
- Deleito Barón, J. y Pérez Poole, L. (15/04/2020). *El mercado de productos cosméticos en Australia*. Recuperado el 09/12/2021 de [DOC2020852052.pdf](#)
- Diario del Exportador. *Requisitos para ingresar al mercado de alimentos de Australia*. Recuperado el 26/05/2022 de <https://www.diariodelexportador.com/2017/02/el-mercado-de-alimentos-australia.html>
- Global Negotiator. *Diccionario de Comercio Internacional*. Recuperado el 25/05/2022 de <https://www.globalnegotiator.com/comercio-internacional/diccionario/documentos-de-embarque/>
- Gobierno de España. *Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. Qué es la OCDE: Creación y Países Miembros*. Recuperado el 18/01/2022 de <http://www.exteriores.gob.es/RepresentacionesPermanentes/OCDE/es/quees2/Paginas/Pa%c3%adses-Miembros.aspx>
- ICEX. *Australia: Marco Geográfico*. Recuperado el 09/12/2021 de <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-pais/informacion-economica-y-comercial/marco-geografico/index.html?idPais=AU>
- ICEX. *Australia: Marco Político*. Recuperado el 18/01/2022 de <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros->

servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-pais/informacion-economica-y-comercial/marco-politico/index.html?idPais=AU

- ICEX. *Australia: Información Práctica*. Recuperado el 09/12/2021 de <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-pais/informacion-practica/informacion-practica/index.html?idPais=AU>
- ICEX. *Australia: Régimen arancelario y reglamentación*. Recuperado el 25/05/2022 de <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/exportar-a/acceso-al-mercado/regimen-arancelario-y-reglamentacion/index.html?idPais=AU>
- ICEX. *Australia: Relaciones Bilaterales*. Recuperado el 09/12/2021 de <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-pais/relaciones-bilaterales/index.html?idPais=AU>
- ICEX. *Australia: Relaciones Económicas Internacionales*. Recuperado el 17/01/2022 de <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-pais/informacion-economica-y-comercial/relaciones-economicas-internacionales/index.html?idPais=AU>
- ICEX. *Australia: Sector Exterior*. Recuperado el 17/01/2022 de <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-pais/informacion-economica-y-comercial/sector-exterior/index.html?idPais=AU>
- ICEX (15/04/2020). *El mercado de productos cosméticos en Australia*. Recuperado el 20/06/2022 de <file:///C:/Users/practicass.logistica/Downloads/DOC2020852052.pdf>
- ICEX. *Pasaporte al exterior: Determinación del precio – Simulación del precio de exportación*. Recuperado el 01/06/2022 de <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-zona-personal/mi-pagina/servicios/pasaporte-exterior/navegacion/inicio/vision-operativa/proceso-oferta-gestion/determinacion-precio/index.html?capitulo=2&epigrafe=8>
- iContainers. *Certificado de fumigación*. Recuperado el 26/05/2022 de <https://www.icontainers.com/es/ayuda/certificado-fumigacion-guia/>

- iContainers. *Incoterm CIP: (Carriage and Insurance Paid to) - Uso y Significado*. Recuperado el 30/05/2022 de <https://www.icontainers.com/es/ayuda/incoterms/cip/>
- iContainers. *Tarifas de transporte marítimo, terrestre, seguros y aduanas en segundos*. Recuperado el 06/05/2022 de iContainers. Recovered from <https://www.icontainers.com/es/book/c3c33441-a0a3-4597-b3fa-4a3a916f6d00>
- La Ley. *Seguro Marítimo*. Recuperado el 01/06/2022 de https://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAA AAAAEAMtMSbF1jTAAAUMTQ1MTtbLUouLM_DxblwMDCwNzAwuQQGZapUt-ckhlQaptWmJOcSoADLI6TTUAAAA=WKE#:~:text=El%20seguro%20mar%C3%A dtimo%20es%20aquel,asegurados%20en%20un%20viaje%20mar%C3%ADtimo.
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. *Política Comercial de la UE: Australia*. Recuperado el 26/05/2022 de [https://comercio.gob.es/PoliticaComercialUE/AcuerdosComerciales/Paginas/Australia.aspx#:~:text=En%20sus%20relaciones%20comerciales%2C%20la,Mundial%20del%20Comercio%20\(OMC\).Oficina Económica y Comercial de España en Sidney \(10/2021\). Informe económico y Comercial de Australia](https://comercio.gob.es/PoliticaComercialUE/AcuerdosComerciales/Paginas/Australia.aspx#:~:text=En%20sus%20relaciones%20comerciales%2C%20la,Mundial%20del%20Comercio%20(OMC).Oficina Económica y Comercial de España en Sidney (10/2021). Informe económico y Comercial de Australia). Recuperado el 09/12/2021 de file:///C:/Users/practicass02/Downloads/DOC2021894272.pdf
- Woolworths Group. *Woolworths Group and Endeavour Group Partner*. Recuperado el 06/05/2022 de <https://partnerhub.woolworthsgroup.com.au/s/>
- Perú. Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego. *El Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico*. Recuperado el 18/01/2022 de <https://www.midagri.gob.pe/portal/179-exportaciones/grupos-economicos/513-cooperacion-economica-asia--pacifico-apec>
- Postquam Professional. *Estética: Líneas específicas*. Recuperado el 06/05/2022 de <https://www.postquam.com/es/>
- Postquam Professional. *Postquam Professional Cosmetic Profile*. Recuperado el 09/12/2021 de <http://www.old.postquam.com/emailing/enlaces/presentacion/CompanyProfile.pdf>
- Searoutes. Recovered from <https://classic.searoutes.com/routing?speed=13&panama=true&suez=true&kiel=true&rivers=block&roads=block>
- Sección Comercial del Consulado General de la República Argentina en Sydney (Noviembre, 2007). *Cosméticos: Perfil del Mercado en Australia*. Recuperado el



22/02/2022 de <https://docplayer.es/44218066-Cosmeticos-perfil-del-mercado-en-australia.html>

- Therapeutic Goods Administration, Australia Government (09/05/1997). *Cosmetic Claims Guidelines*. Recuperado el 09/12/2021 de <https://www.tga.gov.au/publication/cosmetic-claims-guidelines>
- Woolworths Group. *Voeu Products*. Recuperado el 06/05/2022 de <https://www.woolworths.com.au/shop/search/products?searchTerm=voeu>
- Woolworths Group. *Voeu Skin Care*. Recuperado el 06/05/2022 de <https://www.woolworths.com.au/shop/discover/our-brands/voeu>
- Woolworths Food Company. *Own and Exclusive Brands Overview*. Recuperado el 06/05/2022 de Woolworths Food Company_short introduction. Pdf