



# **MÁSTER EN COMERCIO EXTERIOR**

**TRABAJO FIN DE MÁSTER**

**“GUÍA DE EXPORTACIÓN DE LA SIDRA DE HIELO  
VALVERÁN 20 MANZANAS A ESTADOS UNIDOS”**

**ICÍAR FERNÁNDEZ UGALDE**

**FACULTAD DE COMERCIO**

**VALLADOLID, JULIO 2024**



**UNIVERSIDAD DE VALLADOLID**

**MÁSTER EN COMERCIO EXTERIOR**

**CURSO ACADÉMICO 2023-2024**

**TRABAJO FIN DE MÁSTER**

**“GUÍA DE EXPORTACIÓN DE LA SIDRA DE HIELO  
VALVERÁN 20 MANZANAS A ESTADOS UNIDOS”**

**Trabajo presentado por: Icíar Fernández Ugalde**

**Tutor: Dirk Hofmann**

**FACULTAD DE COMERCIO**

**Valladolid, julio 2024**



## Contenido

1.	Introducción.....	10
2.	Objetivos.....	12
3.	Elección y análisis del producto a exportar.....	13
3.1.	Sidra de hielo Valverán 20 Manzanas.....	13
3.2.	Masaveu Bodegas y la exportación .....	17
3.3.	Análisis y tendencias del sector de la sidra de hielo .....	19
3.4.	Presencia internacional de Valverán.....	22
3.5.	Incentivos de la exportación .....	24
4.	País objetivo: Estados Unidos.....	25
4.1.	Visión general de la economía de Estados Unidos.....	25
4.2.	Riesgo país.....	26
4.3.	Evaluación de riesgos políticos y afines.....	28
4.4.	Evaluación del entorno empresarial.....	29
4.5.	Sidra asturiana en el mercado estadounidense .....	30
5.	Análisis DAFO .....	33
5.1.	Análisis interno.....	33
5.2.	Análisis externo.....	35
6.	La figura del exportador en España .....	37
6.1.	El IVA transfronterizo extracomunitario .....	37
7.	La importación en Estados Unidos .....	39
7.1.	Sistema de los tres niveles o three tier system.....	39
7.2.	La empresa importadora.....	40
8.	Proceso de entrada y salida de la mercancía .....	44
8.1.	Requisitos a la importación en Estados Unidos .....	44
8.2.	Impuestos federales y aranceles.....	47

8.2.1.	Aranceles (duties).....	47
8.2.2.	Tasas de trámites aduaneros (customs fees) .....	48
8.2.3.	Impuesto Federal del Alcohol (Federal Excise Tax o FET) .....	49
8.2.4.	Impuestos estatales (State Excise Tax y Sales Tax).....	49
8.3.	Requisitos previos al envío de la mercancía.....	50
8.4.	Declaración aduanera de salida.....	50
8.4.1.	Requisitos previos a la llegada de la mercancía.....	51
8.5.	Declaración aduanera de entrada.....	51
9.	Incoterm EXW .....	54
10.	Medios de pago y cobro.....	55
11.	Riesgos y seguros de riesgo .....	56
11.1.	Seguro de Crédito a la Exportación .....	56
11.1.1.	Modalidades del Seguro de Crédito a la Exportación.....	58
11.1.2.	Pólizas de seguro del CESCE.....	59
11.2.	El importador y el seguro de transporte .....	59
12.	Promoción y marketing .....	62
12.1.	Presencia online .....	62
12.2.	Venta online .....	65
12.3.	Promoción ferial.....	66
13.	Plan de distribución física internacional .....	70
13.1.	Especificaciones del producto .....	70
13.2.	Preparación de la carga .....	71
13.2.1.	Etiquetado, envasado y empaque.....	71
13.3.	Inspección de calidad .....	77
13.4.	Embalaje de la mercancía .....	78
13.5.	Paletización.....	81

13.6.	Elección del contenedor marítimo.....	82
13.7.	Medio de transporte y ruta.....	83
13.7.1.	Agenda e itinerarios de la ruta de viaje.....	83
13.7.2.	Coste de exportación: fletes y costes .....	85
14.	Conclusiones .....	89
15.	Lista de referencias .....	91
16.	Anexos .....	104
16.1.	Optimización de la carga .....	104

## Contenido de ilustraciones

Ilustración 1 - Botella de Valverán 20 Manzanas y copa estilo sauternes (Masaveu Bodegas, 2021) .....	16
Ilustración 2 - Elaboración propia (2024). Fuente: Masaveu Bodegas. ....	23
Ilustración 3 - CESCE (2024). Riesgo país Estados Unidos. ....	27
Ilustración 4 - COFACE (2024). Business Risk Dashboard. Country Risk Files. United States of America. ....	28
Ilustración 5 - Fernández J., 2023. Cómo empezar a vender en Estados Unidos...41	
Ilustración 6 - Elaboración propia. Fuente: Oftex (2024). ....	54
Ilustración 7 - Grupo Masaveu (2024). Promoción y Marketing. ....	64
Ilustración 8 - Elaboración propia. Información consultada en Vissualevents (2023). ....	69
Ilustración 9 - Fuente: Tienda Masaveu Bodegas. Botella Valverán 20 Manzanas. ....	71
Ilustración 10 - El Corte Inglés (2024). Botella de sidra Valverán 20 Manzanas y su estuche individual. ....	77
Ilustración 11 - Amazon (2024). Valverán Botella en Estuche Individual Sidra de Hielo – Asturias – 375 ml. ....	77
Ilustración 12 - Rajapack (2024). Etiquetas de precaución de uso. ....	80
Ilustración 13 - DSV (2024). Códigos ISO y marcas de los contenedores marítimos. ....	82
Ilustración 14 - Transporte por carretera desde Asturias al puerto de Bilbao (Google Maps, 2024). ....	84
Ilustración 15 - Ruta desde el puerto de Bilbao hasta el puerto de Sines. Fuente: Visselfinder (2024). ....	84
Ilustración 16 - Rutas marítimas Bilbao – Sines - Miami. Fuente: VesselFinder (2024) .....	85
Ilustración 17 - Coste de exportación. Fuente: iContainers. Elaboración propia...88	

Ilustración 18 – Optimización de la carga (sidra). Fuente: elaboración propia (2024). .....	104
Ilustración 19 - Optimización de la carga (vino). Fuente: elaboración propia (2024). .....	107
Ilustración 20 - Medidas. Elaboración propia. ....	109

## 1. Resumen

El presente Trabajo Fin de Máster (TFM) plantea una guía destinada a la exportación de sidra de hielo Valverán 20 Manzanas. Este proyecto trata de integrar los aspectos económicos, políticos y legales que deben considerarse antes de llevar a cabo un proceso de exportación y se enfoca, con especial énfasis, en la parte logística del mismo.

Este estudio da a conocer la historia y características de la sidra de hielo Valverán, destacando su presencia en el mercado nacional y su expansión hacia otros mercados internacionales. De esta manera, se realiza un análisis general de aquellos factores económicos y políticos más representativos de Estados Unidos, identificándose como uno de los países importadores más significativos de este producto y principal cliente de esta idea de proyecto.

Desde una perspectiva legal, se lleva a cabo una investigación exhaustiva de aquellos requisitos, barreras comerciales y regulaciones aplicables para ambos países participantes, centrándose, particularmente, en el país importador.

Además, el proceso logístico está organizado paso a paso, permitiendo que se detallen de forma realista todos los procedimientos que deben llevarse a cabo durante el plan de exportación, incluyendo: la preparación de la carga, la elección de la ruta de transporte y la optimización de la mercancía en sus respectivos recipientes.

El objetivo final es determinar el coste aproximado del proceso logístico la exportación, evaluando la viabilidad económica y la rentabilidad del proceso. Esta guía pretende ser una herramienta útil para el grupo Masaveu y otras figuras interesadas en ingresar al mercado estadounidense con la sidra de hielo Valverán 20 Manzanas o productos similares, proporcionando una base sólida para la toma de decisiones informadas.

## 2. Introducción

El objetivo principal de este trabajo consiste en realizar una guía de exportación realista de un producto español hacia un país extranjero seleccionado, aplicando todos los conocimientos adquiridos a lo largo de mis años de estudio en la Facultad de Comercio.

Esta investigación da visibilidad a un producto innovador y emergente en el mercado nacional, la sidra de hielo, que tiene presencia a nivel mundial.

A través de la parte teórica, se describen las características del producto a exportar, así como su presencia nacional e internacional, su método de elaboración y sus características propias. Considerando una sidra de hielo en concreto, la sidra de hielo Valverán 20 Manzanas, de origen asturiano, también se tienen en cuenta ciertos aspectos legales, como su regulación, tanto en España, como en Estados Unidos.

Además, se realiza un análisis del mercado de importación elegido, identificando los aspectos comerciales, fiscales y legales que repercuten en la importación de una bebida alcohólica en este país extranjero.

Por otro lado, trata de identificar el rol que cumple cada una de las figuras participantes en un proceso de exportación, insistiendo en el papel del exportador y el importador, principalmente, y reconociendo las actividades y tareas que lleva a cabo cada uno durante todo el proceso.

La parte más práctica consiste en elaborar un proceso de exportación detallado, identificando los pasos que hay que llevar a cabo desde que la sidra de hielo es elaborada hasta su llegada a territorio estadounidense.

Con el fin de elaborar un trabajo completo y lo más acorde a la realidad, Masaveu Bodegas S.L. colabora con la investigación, proporcionando información necesaria y de calidad. La comunicación con Loretta Fernández Ferrer, responsable del área de internacionalización y exportación de las bodegas asociadas a Masaveu Bodegas S.L. y Teresa Muñoz Velasco, responsable del área

de Comunicaciones, permite contrastar la veracidad de la información proporcionada en otras fuentes, además de dar una imagen mucho más veraz a este plan de exportación.

Este trabajo sirve como una visión general de lo que conlleva realizar un proceso de exportación entre un país miembro de la Unión Europea y un tercer país no comunitario, otorgando importancia a un producto novedoso como es la sidra de hielo.

### 3. Objetivos

La investigación que se desarrolla a lo largo de este trabajo tiene como objetivo principal dar a conocer un producto de origen nacional, asturiano, que tiene un mayor reconocimiento a nivel internacional que en el propio mercado español. Al mismo tiempo, este trabajo se centra en servir como una guía o apoyo a la exportación de un producto, analizando la viabilidad de que este producto pueda alcanzar un destino más allá de nuestras fronteras.

Partiendo de este objetivo general, quedan enlazados una serie de objetivos específicos propiamente adheridos en cualquier plan de exportación, que desembocarán en las conclusiones obtenidas al final de esta investigación. Son los siguientes:

- Elección del producto a exportar, identificando sus características más relevantes y su posición y alcance en el mercado nacional y otros mercados internacionales.
- Ofrecer una visión integrada y general de aquellos aspectos económicos, políticos y legales de Estados Unidos, como país importador.
- Estudio de barreras comerciales, regulaciones y otros requerimientos a tener en cuenta por ambos participantes a la hora de introducir el producto en Estados Unidos.
- Plan de distribución física internacional. Se trata de realizar una guía ejemplar de pasos y procedimientos que hay que llevar a cabo, por ambas partes, para que la mercancía sea transportada de un punto del mundo a su destino final. Para ello, se tienen en cuenta los detalles que incurren en un plan de exportación como es debido, desde la preparación de la carga hasta la ruta de viaje elegida.
- Análisis de viabilidad de la exportación. A través de la información obtenida anteriormente, se desarrollan los costes más significativos de la operación, con el fin de obtener el coste de exportación final.

## 4. Elección y análisis del producto a exportar

### 4.1. Sidra de hielo Valverán 20 Manzanas

Muchos eruditos del vino se percatan de la existencia de los *icewines* o *EISWEIN* (vinos de hielo) reconocidos en países de Europa, como Alemania y Austria, y al otro lado del Atlántico, como Estados Unidos y Canadá. Por extensión, la elaboración de este vino se traslada a otros lugares del planeta, integrándose en los procesos de elaboración de nuevas bebidas. Es por este motivo que la familia Masaveu ve una nueva oportunidad que aprovechar, favoreciendo a la reinención de la sidra tradicional asturiana y la creación de un nuevo elixir en España: la sidra de hielo (Del Campo Villares, J. L., 2023).

La sidra de hielo, pese a producirse en diversos países, tiene su origen en Canadá. La pionera canadiense surge a finales de los 90, gracias a la investigación y los experimentos del francés Christian Barthelemy, y sale al mercado en 1999 (Llagares Valverán, 2024). En territorio canadiense, ante las bajas temperaturas invernales, las manzanas se congelan en el propio árbol y su fruto es triturado tras su congelación. Por el contrario, Asturias, al no alcanzar temperaturas tan gélidas, requiere un tratamiento especial de la sidra para congelar el mosto resultante de triturar las manzanas, denominado crioconcentración (Torres J. M., 2021). A causa de esta diferencia térmica, el lagar Valverán aporta unos sistemas de control de temperatura que permiten crear un ambiente semejante y reproducir los efectos que las propias heladas repercuten sobre las pomaradas canadienses (Casa Bardella, 2023).

Hablando en tecnicismos, según la reciente incorporación del término ‘sidra de hielo’ en la Norma de Calidad de la Sidra, esta bebida se obtiene de “la fermentación total o parcial del mosto de manzanas congeladas (crioextracción) o mosto congelado de manzana (crioconcentración)”. Por su tratado, no se trata de una sidra natural, sino que pertenece a una categoría especial. Entre sus características, su grado alcohólico en volumen es igual o superior a 8% vol. y su

concentración de azúcares de igual o superior a 100 gramos por litro (Decreto 72/2017, de 10 de febrero, 2017, pp. 11419).

Por este motivo, pese a compartir un ingrediente en común, la manzana, existen diferencias claves entre la sidra natural tradicional y la sidra de hielo. Así, un artículo publicado en la web de Masaveu Bodegas (2022) expone ciertas características distintivas entre ambas, dando a conocer el carácter único de su creación: la sidra de hielo Valverán 20 Manzanas.

Tradicionalmente, la elaboración de una sidra natural requiere un número aproximado de un kilo de manzanas para poder producir una botella de 700 cl. Además, su proceso de elaboración requiere, aproximadamente, entre cuatro o cinco meses. En ese tiempo, las manzanas se presan durante varios días y, posteriormente, el mosto fermenta durante meses hasta convertirse en la sidra popularmente conocida (A. M. V., 2017).

Por el contrario, en el caso de Valverán, la capacidad de la botella de sidra de hielo se reduce, lo que difiere el número de manzanas utilizadas en su elaboración. Así, la botella contiene 37,5 cl. de elixir y, para ello requiere, al menos, dos kilos y medio de manzana asturiana. Por este motivo, cada botella contiene un mosto concentrado y fermentado de un mínimo de una veintena de manzanas asturianas, y de ahí su nombre: sidra de hielo Valverán 20 Manzanas.

Además, estas manzanas tienen una particularidad y es que resulta esencial su presencia en el proceso, puesto que no se trata de una manzana cualquiera. Se corresponden con diferentes variedades de producto autóctono asturiano, cuyo origen reside en el propio lagar Valverán en Sariego (Asturias). Principalmente, se utilizan seis variedades: “Raxao”, “Durona de Tresali”, “Verdialona”, “De la Riega”, “Xuanina” y “Fuentes”, según las especificaciones del producto en la tienda web de la empresa.

Por otra parte, en la versión de hielo Valverán, el proceso requiere un transcurso de dos años, desde la recogida de las manzanas, hasta la comercialización de la botella de sidra en el mercado. En ese tiempo, tras el tratado y prensado de las manzanas, junto con la clarificación del mosto, este se

logra concentrar naturalmente a través de su congelación (Álvarez R., 2023). Concretamente, esta es la clave diferenciadora de esta sidra de hielo, que permite su distinción completa con su propia elaboración. Así, tras el proceso de congelación, que requiere permanecer a veinte grados bajo cero, junto con la lenta separación de hielo y mosto; pasa a una fermentación de diez meses. Y posteriormente, experimenta una crianza sobre lías finas durante un período de un año (Masaveu Bodegas, 2023).

Debido a la complejidad del proceso de elaboración de la sidra de hielo, tanto por la dedicación, como los largos períodos de maduración, su embotellado resulta en una exclusividad. Cada botella tarda dos años en salir al mercado desde que se elabora y, desde la añada de 2019 hasta la de 2021, se registra una media cercana a las 20 mil unidades, según las fichas de cata de las añadas 2019, 2020 y 2021 (Anexo).

Este proceso requiere artesanía, paciencia y un cuidado meticuloso, para poder crear un producto único y excepcional. Por este motivo, representa la reinención pionera de un producto tradicional asturiano que ya logra un gran reconocimiento en los mejores restaurantes internacionales, cautivando a los paladares más exigentes. “Es un producto gourmet, es la excelencia de la más alta calidad. Es un proyecto que ha requerido mucho esfuerzo y muchos años de investigación. Es la esencia de la manzana” son las palabras de D. José Masaveu, director general de la compañía (2023).



*Ilustración 1 - Botella de Valverán 20 Manzanas y copa estilo sauternes (Masaveu Bodegas, 2021)*

Menos conocida que la sidra tradicional natural, refleja un equilibrio de los sabores más característicos de la sidra, su dulzor y su acidez, pero se elabora y se degusta de una forma completamente innovadora (Nombela C. G., 2023). A la hora de ser consumida, es recomendable combinarla con productos globalmente aceptados y con importante representación a nivel mundial, como el queso o el foie. Esto garantiza una experiencia gastronómica única y repleta de sabores diferentes (ElTomateBistro, 2023). Aunque también hay quienes prefieren deleitarse con su sabor acompañado de un toque más dulzón: “Una maravilla que inunda el paladar desde el primer hasta el último sorbo y que resulta perfecta con chocolate con praliné y postres lácteos” cita Torres M. J. en uno de los artículos publicados sobre la sidra de hielo (2021).

En cualquier caso, el propio Lagar Valverán describe esta sidra con una versatilidad notable, siendo posible disfrutar de diversas maneras. Puede ser degustada como aperitivo, opción para el postre o como cierre de una comida. Su armonización con una variedad de alimentos es excepcional, siendo idónea para acompañar quesos suaves, foie gras o postres no demasiado dulces. Además, se presta como un ingrediente distintivo en la elaboración de cócteles y mezclas, aportando su singular sabor y dulzura (Llagares Valverán, 2024).

En la descripción del producto en su tienda web (Masaveu Bodegas, 2023), asemejan su sabor a un licor más que a una sidra tradicional. Tiene una graduación de 11°C, al igual que el resto de las sidras de hielo, que suelen estar en torno a los 8 y 12°C. Además, recomiendan que se sirva a una temperatura de 7°C y en copas estilo *sauternes*.

#### 4.2. Masaveu Bodegas y la exportación

Es en la localidad de Sariego (Asturias) donde Bodegas Masaveu funda Valverán en 1998. Tras años de investigación y ensayos, en 2007 crea la primera y más exclusiva sidra de hielo elaborada en España. La sidra de hielo Valverán se elabora con manzanos de calidad, provenientes de la pomarada más extensa del Principado de Asturias y de España, en términos de variedades autóctonas asturianas y dentro de la propia comarca de la Sidra de Asturias (ElTomateBistro, 2016).

Pionera en su sector, como primera sidra de hielo elaborada en territorio español, su creación nace de la búsqueda de un producto “que le guste a todo el mundo, pero de calidad y gourmet” según José Masaveu. El director del grupo Masaveu y creador de este elixir se enfocaba en lograr la mejor sidra de hielo del mercado, difícil competidora, y comenzó a trabajar en su fórmula de elaboración. Este proceso no resulta sencillo y alcanzar un procedimiento tan exquisito requirió mucho tiempo de ensayo y error, pero terminó resultando en una bebida exquisita que, según su creador es “muy franca, no tiene ningún defecto” (Nombela C. G., 2023).

Como se menciona posteriormente, la creación de una bebida nueva y diferente, innovadora y transgresora, se caracteriza por la gran incógnita de éxito, cuyo futuro es incierto. Aun así, el tiempo no hace más que demostrar que la visión de José Masaveu fue más que acertada. Tal y como comenta Del Campo Villares (2023), Valverán es pionera dentro de las elaboraciones españolas de este tipo de bebidas, convirtiéndose en un gran referente, y alcanzando un amplio reconocimiento nacional e internacional de prestigio, innovación y calidad.

Además de Valverán, Masaveu J. asegura que el grupo en conjunto posee “un valor diferencial” y los consumidores finales son receptivos ante él, dando valor a la materia prima y las fincas que utilizan en cada territorio español en el que trabajan, para crear bebidas de excelencia y alta expresión creativa. Elaboran sus bebidas en base a un concepto claro de artesanía, evolución e innovación, utilizando una regla de ingredientes básicos, caracterizados por la agricultura ecológica, sus propios viñedos y su soporte humano de calidad (Arribas J. M, 2022).

Es cierto que existen lagares asturianos que elaboran sidras de hielo, pero la sidra Valverán, además de ser pionera en España y albergar un carácter de exquisitez, es galardonada con el oro en múltiples campeonatos a nivel mundial, incluso llegando a competir con la verdadera sidra de hielo: la canadiense (Nombela C. G., 2023).

Es por este motivo que, en la última década, ha sido galardonada en diferentes concursos de gran renombre a nivel nacional e internacional, como son: Gilbert & Gaillard, el Salón Internacional de las Sidras de Gala, el Festival de la Sidra de Nava, el Concurso Internacional de la Sidra Sagardo Forum, el Cinve, el Global Cider Masters o el Great Lakes International Cider & Perry Competition. En esta última, compite contra las grandes ice ciders canadienses (M. Puga, J., 2020).

En los últimos años, recibe algunos de los galardones que le permiten posicionarse dentro de las sofisticadas bebidas que comparten el nombre de “Sidras de Hielo” en todo el mundo. Entre ellos, en 2022 se le otorga el Gran Oro en el Primer Concurso Internacional de Sidras CINVE y la medalla Master en el Global Cider Masters 2022, recibiendo la máxima distinción posible. Además, es elegida como Mejor Sidra Especial en los World Cider Awards, compitiendo en la categoría Speciality Cider (Bonilla M., 2023).

En 2023 sigue sumando entre sus galardones, logrando la medalla de Oro en el IV Concurso Internacional de Sidra Sagardo Forum, donde se evalúan más de 250 sidras procedentes de 19 países (Vineteur, 2023). También es premiada

con la máxima distinción en otras competiciones de nivel, como son: los World Cider Awards, por segundo año consecutivo, participando en la categoría Speciality Cider; los Global Cider Masters 2023, en la categoría Best Speciality Cider; y el XLII Festival de la Sidra de Nava, con el máximo galardón (Masaveu Bodegas, 2023).

Además, Masaveu está presente en 45 países diferentes, entre los que se encuentran Alemania, China, Reino Unido, Estados Unidos, México y Japón. Para poder alcanzar este nivel de aproximación, el grupo invierte el 20% de su facturación en innovación, expansión y mejoras en los últimos años, llegando a ser incluso galardonado por sus esfuerzos de cara a la internacionalización (Gourmets, 2022).

También hay que considerar su disponibilidad en 26 restaurantes nacionales con Estrella Michelin, entre los que se encuentran: restaurante Dani García (tres estrellas Michelin), restaurante Sollo (una estrella), restaurante Anua (tres estrellas), restaurante Diverxo (tres estrellas) o el restaurante Celler Can Roca (tres estrellas). Aunque también es posible encontrar esta bebida en restaurantes internacionales como el Eleven Madison Park (Nueva York), galardonado como el mejor restaurante del mundo en 2017 y con tres Estrellas Michelin (pág. 10, Masaveu Bodegas).

### ***4.3. Análisis y tendencias del sector de la sidra de hielo***

Entender la “sidra” como concepto es asumir que, para los españoles, abarca una serie de factores en común: Asturias, la botella de color verde, el escanciar y una tarde de verano bebiendo con amigos. Aunque todo esto viene intrínseco en la cultura asturiana, los profesionales de la gastronomía optan por darle un nuevo valor (Molinero Trias R., 2023). Tradicionalmente, los consumidores españoles optaban por esta bebida en función de la época y la región; no tanto por sus sabores y texturas, diferentes en tipología y en comparación con cualquier otra bebida consumida de forma habitual (Del Campo Villares, 2023).

Tano Collada, del Grupo El Gaitero, analiza el sector español de la sidra y lo caracteriza por la lentitud de su crecimiento, motivado por la demanda de sidras de carácter premium. El enólogo asegura que la sidra no puede arrebatarse el puesto al nicho de la cerveza, pero estratégicamente puede optar a convencer a los consumidores del vino, un sector mucho más amplio que está dispuesto a adquirir productos sidreros de alta gama (Molinero Trias R., 2023).

Para Eduardo V. Coto, organizador del International Cider Summit 2023, la sidra pasará a compartir nicho con el vino, en restaurantes, impulsando a aquellos clientes propensos a probar nuevos sabores. Pasar de una industria sidrera tradicionalmente acostumbrada a producir en grandes cantidades y vender a bajos precios, sin identificar el productor o la zona de elaboración, a un producto pulcro, fino y sofisticado. El futuro se encuentra en combinar estas dos sidras: la sidra como una bebida popular tradicional, pero también otorgándole una variedad en búsqueda de la exquisitez que caracteriza a una bebida de alta gastronomía (Molinero Trias R., 2023).

Coto asegura que la estrategia de darle un carácter premium a la industria sidrera debe incluir la asistencia a ferias y eventos internacionales de los lagares, además de realizar catas en restaurantes (Molinero Trias R., 2023).

De forma general, en la actualidad, se encuentra verdadero gusto por aquellas sidras que se salgan de lo tradicional, con un carácter exclusivo y especial. Son las sidras de especialidad, las modernas, las que están adquiriendo protagonismo en el mercado actual, tanto a nivel nacional, como internacional (ElTomateBistro, 2023). Entre las innovaciones de la sidra, se encuentran las *cider* o las sidras de hielo. En estos términos, la sidra de hielo sale de la categoría de lo tradicional y lo habitual, adentrándose en términos de exquisitez, sidras gourmet y alta gastronomía, de prestigio internacional (Carceller R., 2016).

La sidra de hielo no es solo una bebida deliciosa, también es la tradición asturiana y su pomarada, la innovación gastronómica y la dedicación artesana minuciosamente cuidada que proporciona el lagar (Bodegas Masaveu, 2024).

A través del estudio de mercado realizado por la consultora Verified Market Reports (2024), se obtiene información respecto al mercado actual de la sidra de hielo, así como el pronóstico de cara al futuro. A nivel mundial, el valor de mercado de la sidra de hielo asciende a los 3,6 mil millones de dólares en el año 2023 y se estima que alcance los 13 mil millones de dólares hacia finales de 2030. El pronóstico indica que se este producto tendrá un crecimiento anual aproximado de un 5,3% desde 2024 hasta 2030.

El sector de la sidra de hielo crece significativamente en los últimos años debido a la creciente demanda de bebidas con un carácter distintivo y de alta calidad entre los consumidores. En este sentido, la mayoría de los productores utilizan variedades de manzanas premium, una recolección manual y un proceso de elaboración de la fruta (congelación, fermentación y envejecimiento) minuciosamente cuidado, con el objetivo de alcanzar un sabor y unas características únicas en cada uno de sus productos.

El nivel de dulzura, los sabores del fermentado de la manzana y las influencias regionales definen este mercado. Habitualmente, es común que se practique una producción en pequeñas cantidades de sidra elaboradas por productores artesanales, con el fin de lograr un carácter exclusivo y de calidad. Además, concuerda con las preferencias de los consumidores, que se postulan por bebidas exclusivas y premium, atrayendo a aficionados que buscan alternativas alcohólicas más sofisticadas y extravagantes. Este mercado también atrae a consumidores exigentes, que buscan experiencias refinadas y lujosas dentro de una amplia variedad de bebidas alcohólicas, lo que permite representar cierto equilibrio entre la tradición, la innovación y la artesanía.

A día de hoy, la sidra de hielo puede degustarse en restaurantes de alta cocina, adquirirse en tiendas especializadas o saborearse en eventos de gastronomía a nivel internacional. Su reputación hace que se categorice como “una bebida gourmet de primer nivel”, atrayendo la atención de numerosas altas figuras de la gastronomía y embriagando a los amantes del vino de la misma manera. Se trata de una bebida única en la enología, cuyo proceso de

elaboración está meticulosamente cuidado y el uso de una pomarada de calidad, que proporciona una experiencia que no deja indiferente a nadie (Vino Premier, 2024).

#### **4.4. Presencia internacional de Valverán**

Loretta Fernández Ferrer, responsable del área de internacionalización y exportación de las bodegas asociadas a Masaveu Bodegas S.L., explica que el lanzamiento de la sidra de hielo está inicialmente pensado para un mercado nacional, pero fue posteriormente, cuando la creciente demanda exige la introducción del producto en mercados internacionales.

La producción anual del grupo Masaveu llega a alcanzar el millón de botellas de vinos, licores y sidra (Arribas J. M., 2022). Según los datos recogidos por Masaveu, en lo que respecta a Valverán, un 16% de la producción de la sidra de hielo es exportada a mercados internacionales en el año 2023, lo que supone un incremento de un 4% respecto al año anterior. Los destinos a los que se exporta la mayor parte de este producto son Hong Kong (22%), Japón (20%), Tailandia (18%) y Estados Unidos (10%), junto a otros en menor cantidad.

En relación a Estados Unidos, la exportación de sidra de hielo se incrementa en un 4% en 2023 (con un 10% del total de la producción destinada a la exportación) respecto al año 2022 (6% del total) o un incremento del 9% respecto a 2019 (1% del total).

Loretta comenta que la demanda internacional crece en los últimos años como consecuencia del creciente interés por las bebidas premium y exclusivas, como se mencionó anteriormente. Además, explica que este interés se debe a la emergente “búsqueda de los consumidores por las nuevas experiencias gustativas, así como la apreciación creciente de productos artesanales y especializados”. Es por este motivo por el que la sidra de hielo, con un proceso de elaboración distintivo y un perfil de sabor rico y concentrado, logra su posicionamiento al alza entre los consumidores.

Desde la perspectiva de la compañía, la demanda internacional de la sidra de hielo se encuentra en una fase de crecimiento, que deriva de la unión entre lo que buscan los consumidores en una bebida, y lo que ofrece este producto: exclusividad, artesanía y novedad (2024). Según las propias palabras de Loretta, “los productores que se enfocan en la calidad, la educación del consumidor y estrategias de marketing efectivas están bien posicionados para capitalizar esta tendencia” y Bodegas Masaveu parece adaptarse a los intereses del consumidor.

	% 2023 sobre total	% 2022 sobre total	% 2019 sobre total
<b>TOTAL GENERAL</b>			
NACIONAL	84%	88%	73%
EXPORTACIÓN	16%	12%	27%
<b>EXPORTACIÓN</b>			
ALEMANIA	0%	0%	13%
AMÉRICA SUR GENERAL	0%	0%	0%
BAHAMAS	2%	0%	0%
BÉLGICA	5%	9%	1%
CANADA	0%	0%	4%
CHINA	3%	2%	15%
ESTADOS UNIDOS	10%	6%	1%
ESTONIA	0%	1%	0%
FRANCIA	0%	1%	0%
GUATEMALA	2%	2%	0%
HONG KONG	22%	20%	12%
ISLANDIA	1%	2%	0%
ITALIA	0%	1%	0%
JAPON	20%	39%	17%
KOREA	4%	4%	3%
MALASIA	0%	0%	3%
MALTA	0%	1%	0%
MEXICO	1%	0%	14%
NORUEGA	0%	0%	7%
PAÍSES BAJOS	0%	0%	0%
PANAMA	3%	2%	0%
POLONIA	0%	0%	0%
PORTUGAL	0%	3%	0%
PUERTO RICO	0%	0%	4%
REINO UNIDO	8%	0%	2%
REPÚBLICA DOMINICANA	0%	0%	2%
SINGAPUR	0%	0%	2%
TAILANDIA	18%	6%	0%

Ilustración 2 - Elaboración propia (2024). Fuente: Masaveu Bodegas.

## 4.5. Incentivos de la exportación

Desde el año 2010, las compañías españolas dedicadas a la exportación se han triplicado. La consultora Millward Brown asegura que la facturación de aquellas compañías que operan durante cinco años o más, ven sus ganancias incrementadas en hasta un 40% (CoMark, 2022).

La introducción en el mercado norteamericano resulta una vía atractiva e interesante para las compañías extranjeras de cara a largo plazo. Se trata de una opción eficaz con perspectivas de crecimiento, llegando a servir como trampolín para expandirse globalmente. Si se alcanza cierto éxito en un mercado de alta competitividad, como es el de Estados Unidos, la empresa se beneficiará de una mejora en su reputación y su propia visibilidad de forma internacional (Altertecnica, 2024). Por ejemplo, estar disponible en el restaurante Eleven Madison Park de Nueva York, galardonado como mejor restaurante del mundo en el año 2017, supone “un gran honor” y sirve como “enorme publicidad” para el lagar asturiano (J. M. R., 2017).

“La sidra está de moda” indicaba Tano Collada, en un artículo del periódico La Vanguardia (Molinero Trias R., 2023), asegurando que en Estados Unidos es una tendencia al alza desde hace casi una década.

Por otro lado, la diversificación de los riesgos permite que cualquier complicación en el mercado nacional u otros mercados internacionales pueda ser solventada a través de la compensación de ganancias obtenidas en otros mercados. Por ese motivo, la expansión internacional disminuye la dependencia del mercado nacional, lo que permite que el impacto de ciertas circunstancias, como impagos o pérdidas, sea menor. Además, la capacidad de competir en un mercado extranjero también proporciona una imagen de solidez y fiabilidad, lo que permite que el valor percibido se incremente, tanto de cara al consumidor, como a posibles proveedores o entidades financieras (CoMark, 2022).

## 5. País objetivo: Estados Unidos

A continuación, con el fin de proporcionar una visión integrada de aquellos factores externos que pueden repercutir sobre la actividad exportadora del grupo Masaveu, se procede a desarrollar un análisis breve sobre el contexto económico, político y social de Estados Unidos y el impacto que representa sobre la presencia de la sidra asturiana en el país.

### 5.1. *Visión general de la economía de Estados Unidos*

Para poder obtener información respecto a la actividad económica de Estados Unidos, se tiene en cuenta el análisis realizado y publicado en la página web Santander Trade (2024).

Estados Unidos continúa siendo una gran potencia económica a nivel mundial. A pesar de la recesión de la economía debido a la pandemia de la Covid-19, el país se recupera de forma rápida, con un crecimiento del PIB del 5,7% en 2021 y del 2,1% en 2022. En 2023, a pesar de mantener unas políticas monetarias más estrictas, la economía continúa expandiéndose de forma sólida, con mejoras en el empleo y la participación, lo que contribuye a incrementar la renta real.

A pesar de la inflación, la demanda de los consumidores se mantiene, pero la inversión de viviendas residenciales se reduce, debido a las altas tasas hipotecarias. Aun así, las políticas industriales gubernamentales, junto con el respaldo a la deslocalización, impulsan la inversión en construcciones no residenciales (especialmente en sectores de energía verde y semiconductores). El Fondo Monetario Internacional (FMI) estima un crecimiento del 2,1% para el año 2024 y una ralentización de la actividad económica estadounidense durante los años 2024 y 2025, como consecuencia de las condiciones financieras más restrictivas y los altos costos de crédito.

Por otra parte, en lo que respecta a la financiación pública, el déficit público se incrementa al 8,8% del PIB en el año 2023, debido a una caída en los

ingresos y un incremento en los gastos por intereses. Para los años 2024 y 2025, se estima que este déficit se reduzca ligeramente con las políticas de actualidad, manteniéndose en un indicador aproximado de un 7,6%. Como resultado, se incrementa la deuda pública y se proyecta un crecimiento continuado para los próximos años, estimando alcanzar el 130,3% del PIB para 2025.

Por otro lado, la inflación de los precios al consumo tiende a la baja y se ve favorecida por una inflación menor en el precio de la vivienda. Se estima que la inflación general vaya moderando a lo largo del año 2024, alcanzando un 2,8% y un 2,4% para 2025, acercándose al objetivo de la Reserva Federal.

Por último, el mercado laboral se enfría gradualmente en el año 2023 y el empleo se incrementa a un ritmo lento. Se estima que la tasa de desempleo se incremente al 3,8% en 2024 y se mantenga estable en el 3,9% en 2025. A pesar del alto PIB per cápita, las desigualdades persisten, sobre todo en el acceso a la atención médica, teniendo en cuenta el número creciente de personas sin seguro médico. En 2022 la tasa de pobreza se mantuvo en el 11,5%, afectando a más de 37 millones de personas, y resultando un valor semejante al del año 2023, según los datos del censo de Estados Unidos.

## 5.2. Riesgo país

La Compañía Española de Seguros de Crédito a la Exportación (desde este momento, CESCE) ofrece una visión general de la situación actual de Estados Unidos (2023). Concretamente, la situación política, comercial y económica estadounidense es similar a la española, salvo por el estado actual de la economía interna.

Estados Unidos se caracteriza por su estabilidad económica y política. Es considerado como un país de renta alta a medio/largo plazo e incluido dentro del grupo 1 en los países cuyo riesgo político a corto plazo resulta muy bajo. Su economía interna resulta favorable y su economía externa es regular, pero se espera de ambas que evolucione de tal forma que se alcance una situación de

estabilidad económica en general. Por otro lado, el riesgo comercial es medio (CESCE, 2024).

Según Santander Trade, Estados Unidos es considerado como el país importador más importante del mundo en 2022 (33.727 millones de dólares) y es el país que mayor crecimiento en importaciones adquiere (+2.737 millones de dólares) entre 2022 y 2021.



Ilustración 3 - CESCE (2024). Riesgo país Estados Unidos.

Las evaluaciones y estudios realizados por la compañía Coface, referente internacional en seguros de crédito y gestión de riesgos, proporcionan diferentes tipos de información acerca del comercio internacional, entre los que se encuentra el análisis del riesgo país. Los estudios de Coface permiten identificar el riesgo medio de impago a corto plazo del entorno empresarial de un país concreto, reflejando la influencia que tienen ciertos aspectos económicos, financieros y políticos en el compromiso de pago de una empresa. En función de un análisis macroeconómico, político y financiero, además de contar con una experiencia de pago de Coface y el entorno empresarial existente, la compañía

evalúa el riesgo país de diferentes países. Así, existe una escala de niveles de evaluación de riesgo y a cada país evaluado se le asigna un nivel diferente (Coface, 2024).

En el caso de Estados Unidos, su entorno empresarial se sitúa en el nivel A1 y su riesgo país en el nivel A2. Estos resultados reflejan una evaluación de riesgo bajo, ya que se sitúan en las posiciones de menor riesgo dentro de la clasificación por niveles de evaluación (Coface, 2024). Los estudios realizados por Santander Trade también clasifican el entorno empresarial estadounidense con una nota de 8,3 sobre 10, enmarcado en la séptima posición respecto a los 82 países analizados (Santander Trade, 2024).



Ilustración 4 - COFACE (2024). Business Risk Dashboard. Country Risk Files. United States of America.

Según la compañía Credendo (2024) para dar cobertura a los riesgos políticos y comerciales, así como para evaluar la financiación de ciertas operaciones comerciales, es necesario realizar una evaluación exhaustiva de los riesgos involucrados en cada operación. A partir de este análisis derivan la fijación de precios, determinar los límites de riesgo país y las condiciones especiales de cada situación de riesgo. En el caso de realizar una operación comercial con Estados Unidos, el análisis de su riesgo país es el siguiente:

### 5.3. Evaluación de riesgos políticos y afines

Dentro de la clasificación de siete categorías, los riesgos políticos y afines a corto plazo hacen que Estados Unidos se posicione en el nivel 1, considerando que es uno de los países cuyo riesgo es más bajo. Este análisis mide la posibilidad de que se generen riesgos en relación a un acontecimiento político o similar en una operación internacional dentro de un período de hasta un año.

Para realizar este análisis, la compañía se enfoca en la liquidez del país deudor. Su objetivo es medir la capacidad del país para cumplir con su obligación financiera a corto plazo, fijándose en la deuda externa a corto plazo, la reserva de divisas, el saldo en cuenta corriente... y otros factores políticos a corto plazo, como conflictos armados o embargos.

Asimismo, la evaluación de estos riesgos políticos y afines a largo plazo posiciona a Estados Unidos en el nivel 1. Este análisis mide la posibilidad de que se genere un riesgo derivado de un evento político en una operación de comercio internacional con un horizonte de riesgo de más de un año. En este caso, se tiene en cuenta, especialmente, la capacidad de solvencia del país analizado, a través de una evaluación de la situación económica y financiera, su situación política y su experiencia de pago.

Por otro lado, la clasificación de primas de Credendo, como agencia de crédito a la exportación, se alinea con la clasificación de primas de la OCDE en función del riesgo. En el caso de Estados Unidos, en función del riesgo de transferencia y de convertibilidad (como la imposición de controles de cambio de divisa, impidiendo a una entidad convertir la moneda local en extranjera, por ejemplo) y casos de fuerza mayor (guerra, expropiaciones, revoluciones...).

#### **5.4. Evaluación del entorno empresarial**

Por último, la evaluación del riesgo de incumplimiento del deudor implica un análisis detallado de factores que afectan al deudor, su sector y el país en que opera. Sin embargo, ciertos factores macroeconómicos como la depreciación de la moneda, altas tasas de intereses reales, recesión económica o corrupción generalizada pueden influir en el entorno empresarial, impactando la capacidad de pago de todos los deudores en un país. La compañía realiza un análisis de estos riesgos macroeconómicos, mejor conocidos como riesgo del entorno empresarial, a través de tres tipos de indicadores diferentes: indicadores económicos y financieros que afectan a las empresas de un país; la experiencia de pago del país por incumplimiento del deudor; y el contexto institucional en el que operan las empresas locales (como la corrupción o la calidad del sistema

jurídico). Esta intensidad del riesgo se clasifica en categorías de la A a la G (de menor a mayor riesgo de impago para los deudores del país por su entorno empresarial). En el caso de Estados Unidos, la posición es la C, que se corresponde con un riesgo bajo.

La cobertura de riesgo país según esta compañía depende, en exclusiva, de la evaluación de los riesgos políticos y afines a largo plazo y es la Junta Directiva quien tiene la potestad para decidir la póliza correspondiente.

### **5.5. Sidra asturiana en el mercado estadounidense**

Para una empresa que desee expandir su marca hacia el territorio estadounidense, la manera más sencilla de introducirse en el mercado es a través de la exportación. Este método permite que la empresa pueda mantener su modelo de comercio y producción actuales y, al mismo tiempo, envía sus productos al mercado de Estados Unidos para su distribución comercial en el continente norteamericano (Kompass, 2024).

Estados Unidos es un mercado lucrativo, pero también competitivo. En 2022, la venta de bebidas alcohólicas generó una cifra de ingresos equivalente a 259.600 millones de dólares en Estados Unidos (Statista, 2023). Existe una lista interminable de empresas que buscan asegurarse su participación en el mercado, pero sin un producto único y excelentes esfuerzos de promoción, es muy complejo alcanzar ese objetivo (Overproof, 2022).

Según Daniel Ruiz, gerente de la Denominación de Origen Protegida (DOP), la comercialización de la sidra debe extenderse por Asturias, León y Cantabria, luego Madrid, y finalmente, a nivel internacional. En este sentido, asegura que las sidras que reciben una mejor aceptación en el extranjero son las naturales espumosas y las filtradas. Alrededor de un 7% de la sidra brut es exportada y llega al 65% al resto del país. Por ello, apuesta por una estrategia de diversificación para poder introducirse en mercados más difíciles, con productos como la sidra de hielo (Menéndez M., 2020).

Entre los años 2000 y 2012, entre un 12% y un 20% de sidra de origen asturiano se destina a la exportación. Entre los destinos tradicionales, se encuentran Estados Unidos y Portugal. (Ocampo J., s. f.). Según los datos comerciales actualizados de Trade Map (2024), España es el quinto país que más exporta sidra a Estados Unidos, por detrás de Canadá, Japón, México e Italia, y cuyo valor importado alcanza una cifra de casi 25 mil dólares.

El artículo publicado en la web EFE (2024) realiza una predicción respecto al nivel de las exportaciones asturianas en el año 2024 y analiza los resultados del ejercicio de 2023. Concretamente, se estiman unos resultados positivos respecto a los del año anterior y que Asturias alcance un récord histórico respecto al nivel de exportaciones.

En noviembre de 2023, los datos superan los 5.714,3 millones en ventas. Pese a parecer un leve incremento (un 1,4% respecto al ejercicio anterior), debe situarse en un contexto clave, en el que el comercio exterior español se reduce en un 0,7% en 2023. A nivel autonómico, además de incrementar sus exportaciones en un 28%, logra mantener un excedente de 700 millones de euros en su balanza exterior. Por este motivo, Asturias es una de las ocho regiones españolas con mayores resultados en exportaciones.

Bruno López, director general de la Sociedad de Promoción Exterior Principado de Asturias (Asturex) asegura que el año 2023, a nivel de comercio exterior, es “un año verdaderamente espectacular” y se espera que el año 2024 sea aún mejor.

Acorde a los datos recogidos por la compañía Masaveu (2024), la venta de sidra de hielo Valverán 20 Manzanas aumenta en el mercado estadounidense debido a esa inclinación del consumidor americano hacia las bebidas artesanales y de exclusividad. Así lo asegura un artículo de Beverage Daily (2023) que, a través de una encuesta, indica que la mayoría de los consumidores optan por adquirir bebidas sofisticadas para “darse el gusto con opciones *premium*”. Posiblemente uno de los motivos por los que el sector de la sidra dedicada a la producción *premium* en Estados Unidos se haya incrementó un 11% en 2022

respecto al año anterior. Además, las bebidas listas para su consumo, populares en tre la población norteamericana, se incrementan menos de un 1% en ese período de tiempo, contrastando un aumento de un 38% sobre el volumen total de bebidas alcohólicas *premium*.

Aun así, la sidra de hielo pertenece a un nicho bastante específico en Estados Unidos. Principalmente dominado por los principales productores canadienses de sidra de hielo, también se presentan elaboraciones de algunas regiones norteamericanas, todos ellos envueltos en el clima gélido necesario para producir, de forma natural, este producto (J. M. R., 2017).

Por estos motivos, según los análisis del grupo Masaveu, la exportación de la sidra de hielo Valverán en Estados Unidos provoca una competición directa con otras sidras de hielo elaboradas en el continente americano y otras bebidas de postre con carácter *premium*. Además, sostienen que “representa una propuesta única en el mercado estadounidense”, como se refleja en el caso del restaurante neoyorquino Evelen Madison Park, donde se ofrecen diferentes variedades de sidra asturiana, pero donde la única presente y que representa a las sidras de hielo es la sidra Valverán 20 Manzanas, a un precio que ronda los 60 euros al cambio (J. M. R., 2017).

## 6. Análisis DAFO

Considerando toda la información recopilada hasta el momento, proporcionando una visión macroeconómica y global de los factores externos que pueden afectar al grupo Masaveu, junto con el soporte del grupo Masaveu y la información proporcionada por Coface (2024) sobre el panorama económico de Estados Unidos, se procede a desarrollar un análisis DAFO. Para ello, se tienen en cuenta ciertos factores que deben considerarse a la hora de planificar el intercambio comercial internacional y que pueden afectar a ambas partes contratantes. Desde el punto de vista que interesa, el del exportador, se pueden considerar los siguientes puntos:

### 6.1. Análisis interno

#### Fortalezas

- Mercado diversificado. Permite ampliar la base de clientes potenciales, además de diversificar los ingresos de la compañía. El no depender de un solo mercado, permite incrementar su estabilidad y su seguridad financiera, así como minimizar el riesgo país del mercado nacional.
- Satisfacción de la demanda. Este producto está elaborado conforme a las crecientes exigencias del mercado actual, presentando una bebida de alta calidad y con un proceso de elaboración minuciosamente cuidado.
- Posición favorable en el mercado nacional. La sidra Valverán tiene influencia en España, sobre todo, en Asturias. Debe ir ganando cuota de mercado a nivel nacional (norte, Madrid y Barcelona) e ir creando, a partir de esta base, relaciones fuertes a nivel internacional.
- Empresa y producto innovadores. Como se menciona anteriormente, el grupo Masaveu es pionero en la introducción de la sidra de hielo en el mercado español.
- Materia prima y proceso de elaboración de calidad. La sidra de hielo está elaborada en base a una pomarada autóctona del Principado de Asturias,

amparada bajo la Denominación de Origen Protegida (D. O. P.) “Sidra de Asturias”, aunque la sidra en sí misma no cumple, por el momento, esa categoría.

- Contratos de compraventa internacional bajo las condiciones EXW. El Incoterm EXW permite que la responsabilidad del grupo Masaveu, referida a costes y riesgos, sean asumida por el importador desde el momento en el que se entrega la mercancía en el lugar. Su responsabilidad solo recae en el cumplimiento y transmisión de cierta documentación y entregar la mercancía en las condiciones pactadas.
- Marca galardonada en múltiples premios y eventos de carácter internacional en el sector de la sidra.
- Carácter exportador del grupo Masaveu. Su cifra de intercambios comerciales se ha ido incrementando de forma anual, así como sus relaciones con otros países.

### **Debilidades**

- Riesgo de impago. La compañía vendedora debe considerar la opción de contratar un seguro que cubra este riesgo en caso de impago por parte del comprador estadounidense.
- Reconocimiento de marca en un mercado relativamente nuevo. El grupo Masaveu está presente en el mercado estadounidense con otras marcas dedicadas a la producción vitivinícola, además de la sidra Valverán, pero no está altamente posicionado.
- Coste unitario más alto en comparación con el de las sidras tradicionales. Se trata de un producto cuyo proceso de elaboración es más sofisticado que el de las sidras tradicionales, por lo que su precio se incrementa.

## 6.2. Análisis externo

### Oportunidades

- Amplitud del mercado estadounidense. Introducción en un mercado accesible y muy amplio, cuya oferta no está demasiado saturada.
- Prestigio de la “marca España”. Los productos del sector agroalimentario español gozan de alto prestigio en Estados Unidos y son altamente demandados (Fernández J. A., 2023).
- Presencia en el mercado de EE.UU. El grupo Masaveu mantiene relaciones comerciales con dos importadores responsables de introducir y distribuir la sidra de hielo Valverán en el mercado estadounidense desde hace años. La sidra llega a estar presente en lugares de cierto prestigio, como el restaurante Eleven Madison Park (NY).
- Tendencia al alza de bebidas alcohólicas premium en el mercado estadounidense, como se menciona en el apartado anterior.
- Los consumidores priorizan la calidad ante el precio.
- Residentes españoles en Estados Unidos. Según el INE, hay más de 200 mil residentes de nacionalidad española empadronados y residiendo en Estados Unidos (2024).

### Amenazas

- Mercado muy competitivo y altamente regulado. Las restricciones arancelarias y no arancelarias son muy estrictas.
- Pyme exportadora que compite con productores y marcas de sidra de hielo ya posicionados en el mercado estadounidense.
- Inestabilidad política. En 2024 se realizan las elecciones presidenciales en Estados Unidos, lo que puede afectar directamente al comercio exterior y la comercialización de productos importados en el país, aplicando nuevos

impuestos a la importación o incrementando la base imponible a ciertos productos, como las bebidas alcohólicas o el tabaco.

- Fluctuaciones en la demanda de bebidas alcohólicas de carácter *premium*.
- Productos sustitutivos canadienses o estadounidenses ya establecidos. Existen otros tipos de productos, como licores premium o vinos de postre, que ya están establecidos en el mercado o tienen precios más competitivos y cuyas características son muy similares a las de la sidra Valverán.

## 7. La figura del exportador en España

Una empresa que desee fomentar su actividad exportadora debe cumplir con una serie de requisitos previos a iniciar su actividad comercial internacional. Se detallan brevemente a continuación:

Primeramente, la empresa exportadora debe estar inscrita en el Registro Mercantil pertinente en territorio español, además de constar con un número de IVA (AserComex, 2024). Además, toda empresa debe inscribirse en el Registro Especial de Operadores de Comercio Exterior (REOCE) del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, con el fin de realizar intercambios comerciales, tanto dentro, como fuera de la Unión Europea (Ministerio de Economía, Comercio y Empresa, 2024).

Por otro lado, es necesario tener en cuenta el Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE), aplicable a todas aquellas empresas españolas que desarrollen actividades comerciales en territorio nacional (Agencia Tributaria, 2024).

La figura responsable de realizar una declaración aduanera en el territorio de la Unión Europea debe estar registrada y haber obtenido un número EORI (Economic Operator Registration and Identification Number), único en el territorio europeo y necesario para despachar la mercancía (pág. 9, AEAT, 2024). Por este motivo, la empresa que vaya a realizar la tramitación aduanera de salida desde España a un país fuera de la Unión Europea debe obtener dicho número.

### 7.1. El IVA transfronterizo extracomunitario

En referencia al IVA, una empresa que se dedique a vender un bien o un servicio fuera de la Unión Europea no debe aplicar el IVA, es decir, al realizar la facturación, no debe incluirse, suponiendo que es del 0%. El IVA puede deducirse a través del modelo 303, un documento justificativo para realizar la declaración aduanera de una mercancía (Sumup, 2024). En otras palabras, según la Agencia Tributaria española (2024), la operación de exportación está exenta de IVA,

aunque se le atribuye el derecho a realizar la deducción del IVA soportado en aquellas adquisiciones de bienes que afectan a esa actividad. En caso de proceder a la devolución del impuesto, la empresa exportadora debe estar inscrita en el Registro de Devolución Mensual (si no está inscrita en el registro de exportaciones), presentar las autoliquidaciones mensuales del IVA y presentar el modelo 340 cada mes (Infoautonomos, 2024).

## 8. La importación en Estados Unidos

Desde el punto de vista del importador, la primera clave para importar con éxito es comprender el panorama del mercado, obteniendo una visión clara de por qué el producto es diferente y así poder comunicarlo a los clientes potenciales. Además, es importante conocer las regulaciones sobre el alcohol en función del estado donde va a ser comercializado el producto (Overproof, 2022).

### 8.1. Sistema de los tres niveles o *three tier system*

La distribución y los impuestos aplicables a las bebidas alcohólicas en Estados Unidos están regulados por el sistema de los tres niveles o *three tier system*. Este sistema regula de forma eficaz la producción, distribución y venta minorista de las bebidas alcohólicas, garantizando el cumplimiento de las regulaciones gubernamentales y las obligaciones tributarias, dividiendo la industria en tres escalones bien diferenciados (Stark, 2022).

El **importador** es el acceso de entrada al territorio estadounidense, bajo su permiso básico de importador. Esta figura asume el pago al exportador, además del riesgo comercial. Es posible que pueda obtener una licencia como distribuidor, bajo una razón social diferente a la de importador. El margen habitual de los importadores es de un 30%. Además, el importador suele contar con una red de distribuidores propia, ajena al exportador.

Consiguientemente, se encuentran los **distribuidores, mayoristas y Juntas Estatales de Control**. En este escalón medio, se encuentran las entidades encargadas de comprar bebidas alcohólicas a los fabricantes o importadores y transportarlas a los establecimientos minoristas. En algunos estados existen juntas de control de alcohol que pueden funcionar como distribuidor y minorista al mismo tiempo y son la única excepción, pues ninguna entidad puede operar en más de un nivel. Estas entidades también son autorizadas y reguladas por el gobierno federal, obteniendo licencias. Al igual que el importador, el margen habitual es de un 30%.

Por último, los **minoristas** ocupan el último escalón del sistema. Compran los productos a los distribuidores y los ponen a disposición del consumidor final, a través de licorerías y bares, supermercados o establecimientos del canal HORECA. Obtienen licencias y están regulados en función del estado en el que se encuentran, no por el gobierno federal. El margen habitual de las licorerías y bares es de un 50%, mientras que los restaurantes son de un 100%, o incluso más (pág. 25, ICEX, 2022).

Este sistema crea una barrera de entrada al mercado de Estados Unidos, ya que el importador cuenta con una plantilla de proveedores ya posicionada. Por este motivo, es importante que la compañía tenga una estrategia dirigida a los propios consumidores y los canales de venta (restaurantes, licorerías), haciendo que su producto tenga un motivo por el que destacar por encima de otras ofertas del mismo estilo (FDA Compliance, 2022).

## 8.2. *La empresa importadora*

Elegir la figura del importador conlleva una valoración de las circunstancias actuales de la empresa, para poder cubrir con las necesidades dispuestas. Martens, de la Universidad Europea, sugiere que las empresas que deseen comenzar relaciones comerciales con Estados Unidos se focalicen en una región, no en varias; al igual que una empresa estadounidense focalizaría sus esfuerzos en un solo país de la Unión Europea, no en todos al mismo tiempo (Fernández J., 2023).

Hay que considerar que un importador que trabaje con carácter nacional se va a dedicar a realizar una distribución de gran volumen y su éxito reside en la proliferación de grandes marcas ya consolidadas en el mercado. Por el contrario, para introducir y dar promoción a un producto nuevo en el mercado extranjero, es aconsejable acudir a importadores que trabajen de forma regional, en uno o diferentes estados. Este tipo de empresas van a mantener relaciones más estrechas y contactos más frecuentes con sus mayoristas, facilitando la posibilidad de que se dé una especial atención a una marca nueva (pág. 4, ICEX, 2021).

Desde un punto de vista geográfico, Pereira asegura que es conveniente comenzar estas relaciones en la costa este, en las regiones de Nueva York y Florida. Desde un punto de vista histórico, cuatro de cada diez compañías primerizas en exportar desde España comienzan por Florida (Fernández J., 2023).

Una opción recurrente para darse a conocer e incrementar la red de contactos, además de encontrar posibles socios comerciales con Estados Unidos, son las ferias internacionales. Además, también existe la opción de buscar asesoramiento profesional en instituciones dedicadas al comercio exterior, como son las Cámaras de Comercio de España, además de las localizadas en Estados Unidos, o el ICEX (Fernández J., 2023).

Como se menciona anteriormente, cabe la posibilidad de que el importador sea, al mismo tiempo, un distribuidor, bajo otro nombre. En caso de que no exista esta doble diferenciación, hay que considerar que el importador debe tener una red de distribuidores, decantándose por aquellos que sean conscientes de las particularidades del mercado y las alternativas logísticas, así como disponer de una red de contactos (Fernández J., 2023).



Ilustración 5 - Fernández J., 2023. Cómo empezar a vender en Estados Unidos.

El mercado de Florida es una entrada recomendable para las pymes españolas, que acapara uno de los puertos comerciales de mayor envergadura del país (Sekulits C., 2017). Es el tercer estado con mayor población en Estados Unidos, llegando a alcanzar más de 22 millones de habitantes (Datosmacro, 2023) y tiene un gran desarrollo y potencial económico, posicionándose en cuarto lugar con un PIB que prácticamente alcanza los mil cuatrocientos millones de dólares, por encima de la media nacional (Statista, 2022).

Cabe mencionar que las barreras culturales son ínfimas, partiendo del idioma, lo que permite que los problemas geográficos y regulatorios resulten más sencillos para aquellos exportadores responsables de realizar los trámites de la importación, obteniendo ventajas competitivas; Además, cuenta con la cercanía del puerto para aquellas compañías interesadas en expandirse tanto en Estados Unidos, como en Latinoamérica (Sekulits C., 2017).

El director de Solunion, Enrique Cuadra, menciona en el artículo de esta misma autora (2017) la oportunidad vigente que resulta de dar con socios de origen local dispuestos a colaborar en la distribución de un producto español en el mercado de Florida.

A la hora de exportar el producto de Valverán, una de las opciones óptimas es seguir el ejemplo de Bodegas Vivanco, mencionado en el mismo artículo, dedicada a la exportación de vino a este mismo mercado. La compañía opta por vender su producto a través de un socio mayorista del mercado de Florida, responsable realizar los trámites de importación en el país y encargado de colocar el producto en su red de distribuidores.

En base a los datos facilitados por la compañía respecto a las ventas de sidra de hielo de los últimos años, se analiza que la entrada de este producto en el mercado estadounidense permite que la cartera de clientes se amplíe, lo que se traduce en el aprovechamiento de nuevas oportunidades comerciales y fuentes de ingresos. Esto explica que los resultados de las ventas se hayan ido incrementando en Estados Unidos a lo largo del tiempo, reflejado en el número de

botellas vendidas, proporcionando una mayor estabilidad al grupo y manteniendo un carácter competitivo en el mercado norteamericano.

En la actualidad, debido al volumen de ventas del país norteamericano, el grupo colabora con dos compañías dedicadas a la importación y distribución de bebidas alcohólicas en Estados Unidos. Ambas incluyen una licencia de importación de vinos y licores, que facilitan la entrada al país; y un permiso de distribución, con el que ofrecen sus productos a lo largo del territorio estadounidense. Estas empresas son: Consortium Wines & Spirits y Spanish Acquisition.

## 9. Proceso de entrada y salida de la mercancía

### 9.1. Requisitos a la importación en Estados Unidos

Las barreras no arancelarias y técnicas son cada vez más frecuentes y en ellas se encuentran diversos requisitos, inspecciones o licencias que suponen un obstáculo comercial para los participantes de las operaciones de compraventa internacional (Barreras Comerciales, 2024). Conforme a las políticas de la TTB, existen ciertas barreras a tener en cuenta a la hora de importar e introducir bebidas alcohólicas en Estados Unidos, que se corresponden con el cumplimiento de la documentación, permisos y licencias detallados a continuación:

#### **Importer's Basic Permit**

Es necesario que el importador solicite su permiso básico de importador a la TTB del Departamento del Tesoro de Estados Unidos, quien estudiará si se aplican los requisitos y políticas comerciales vigentes para actuar en el mercado estadounidense, en función de la Ley Federal de Administración del Alcohol (pág. 21, Registro FDA, 2024). Es necesario que el importador disponga de un establecimiento permanente en territorio estadounidense, además de disponer de una serie de negocios que acrediten la existencia de su actividad empresarial (pág. 6, ICEX, 2021).

Este documento, una vez aprobado, le permite comercializar con bebidas alcohólicas en calidad de importador o mayorista, además de regular prácticas promocionales de comercialización y otras actividades semejantes (pág. 22, Registro FDA, 2024). Puede ejercer este derecho a lo largo de todo el país, pero es común que actúe en uno o varios estados, aportando mayor conocimiento y control de forma local. También puede actuar de forma regional, aportando mayor influencia, capacidad y proyección. La elección de un tipo de importador u otro depende de la estrategia comercial de la empresa exportadora (pág. 6-7, ICEX, 2021).

Además, la responsabilidad respecto a los impuestos federales y los aranceles aplicables a la mercancía recaen sobre la figura del importador, que debe responder ante la Customs and Border Protection (pág. 10, TTB, 2022).

### Alcohol Dealer Registration

El importador debe estar registrado como comerciante de alcohol, completando el formulario de registro de la TTB con anterioridad al inicio de su negocio, y es responsable de cumplir con los impuestos y aranceles federales aplicables a la importación de bebidas alcohólicas (TTB, 2024).

### Formula application

Aquellas bebidas alcohólicas reguladas por la TTB requieren el envío de fórmula de la bebida, además de una muestra. El importador, de forma electrónica, debe presentar una solicitud de la fórmula de elaboración de bebidas alcohólicas, incluyendo: un documento detallado sobre los ingredientes de la bebida, método de elaboración y una muestra de 750 ml, denominada Formula application (pág. 4, IVACE, 2018).

En cualquier caso, el importador es el responsable de realizar el trámite electrónico, pero puede darse la situación de que la empresa española sea reacia a desvelar información confidencial referente a su método de elaboración o lista de ingredientes. En esa situación, el importador remitirá el número de identificación de envío de la TTB al exportador para que él mismo envíe la información a la TTB (pág. 4, IVACE, 2018).

### Certificate of Label Approval (COLA)

La solicitud del certificado de etiqueta (COLA), es un requisito previo e indispensable a la exportación. El importador debe solicitar este certificado, emitido por la División de Publicidad, Etiquetado y Formulación (ALFD) de la TTB, y es necesario que lo obtenga con carácter previo a que se envíe la mercancía hacia Estados Unidos (pág. 4, IVACE, 2018). Su aprobación supone que el etiquetado cumple con las condiciones y los requerimientos exigidos por la

normativa registrada sobre las bebidas alcohólicas por la TTB (Registro FDA, 2024).

Además, cualquier bebida alcohólica regulada por la TTB destinada a la importación debe ir acompañada de este certificado, además de presentar una copia ante la autoridad aduanera en el proceso de la entrada formal (pág. 4, IVACE, 2018).

### Otras consideraciones regulatorias

Además de los requisitos exigidos por la TTB a la importación, existen otros requerimientos estipulados por otras agencias federales (TTB, 2024), como son:

- **Bioterrorism Act o Ley de Bioterrorismo de 2002**, que afecta a las personas que se dediquen a la fabricación, procesamiento, empaquetado o almacenamiento de bebidas alcohólicas, entre otros, y requieren un registro ante la FDA.
- **Prior Notice**, como notificación previa a la importación, acerca de las mercancías que van a ser ofrecidas a la importación en Estados Unidos (FDA).
- **Requisitos fitosanitarios para paletas de embalaje de madera entera**, según el título 7, capítulos 319.40 al 319.11 del CFR.
- Otros requisitos estatales y locales de importación, que requieren que el importador se ponga en contacto con la junta estatal de control o una autoridad local.

Además, desde el punto de vista del exportador, la Administración de Drogas y Alimentos (FDA) exige a toda empresa extranjera dedicada a la elaboración y exportación de bebidas alcohólicas (entre otros productos) que realice un registro con la FDA con antelación a la exportación hacia el territorio estadounidense. Este trámite es conocido como **Registro de Instalación Alimenticia** o **food facility registration number**, en inglés (TTB, 2022).

En referencia a los certificados de origen y de edad, en este caso, no son necesarios puesto que no se cumplen las condiciones para que sean exigidos por las autoridades, aunque el importador debe ser mayor de edad, con 21 años o más (TTB, 2024).

## 9.2. Impuestos federales y aranceles

La importación de bebidas alcohólicas en Estados Unidos está regulada bajo la Customs and Border Protection (CBP), mientras que su comercialización es responsabilidad de la fiscalía estatal (pág. 10, ICEX, 2018).

La responsabilidad del pago de los impuestos federales y los aranceles aplicables recaen sobre el importador estadounidense (CBP, 2023). La CBP es responsable de recaudar los impuestos federales aplicables a cualquier producto, además de recaudar lo aplicable a aquellas bebidas alcohólicas que regula la TTB e incluyendo el producto objeto de este trabajo, bajo la categoría de vino (TTB, 2015).

Partiendo de esta base, la introducción de bebidas alcohólicas, como el vino o los licores, está sujeta a la aplicación de diferentes tasas:

### 9.2.1. Aranceles (*duties*)

Toda bebida alcohólica bajo la categoría *wines* (bebidas alcohólicas que, según el 27CFR parte 16, contengan más de un 7% y menos de un 24% de alcohol por volumen), en depósito aduanero o importado a los Estados Unidos, está sujeto a un impuesto arancelario. Este se determina en el momento de su salida de la custodia aduanera para su posterior consumo o venta.

Según la CBP (2024), el Harmonized Tariff Schedule (HTS) es el Sistema que establece las tasas arancelarias y categorías estadísticas a todos aquellos productos importados a Estados Unidos, en función del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (comúnmente reconocido en español por las siglas SA). Como se menciona a lo largo del trabajo, la nomenclatura aduanera a utilizar en este caso va a ser la 2206.00.1520, correspondiente a

“demás bebidas fermentadas, como sidra, perada, aguamiel o sake...”. La importación de este producto está gravada bajo el tipo de Nación Más Favorecida, aplicado a 230 países, entre los que se encuentra España. Concretamente, se corresponde con 0,40 centavos por litro (AccessToMarket, 2024).

El tipo impositivo aplicado al vino, en función del art. 5041 (b) (1) del título 27, parte 24, cuando su graduación alcohólica es menor a un 14% por volumen es de 1,07 dólares por galón.

Además, hay que tener en cuenta que en junio de 2021, la tasa impositiva adicional del 25% establecida por Estados Unidos a los productos agroalimentarios con origen en la Unión Europea es suspendida temporalmente durante un período de vigencia de cinco años (pág. 4, ICEX, 2021).

### 9.2.2. *Tasas de trámites aduaneros (customs fees)*

La introducción de la mercancía en Estados Unidos, al tratarse de una bebida alcohólica con valor comercial para su posterior venta o reventa, se realiza a través de la licencia del importador, mediante una inspección en la aduana americana (CBP). En consecuencia, la mercancía no puede ser recogida hasta que no se satisfagan los gastos aduaneros correspondientes, regulados en las secciones 24.23 y 24.24 del título 19 del CFR (pág. 10, ICEX, 2018).

- ***Fees for processing merchandise*** (tarifa de procesamiento de mercancías). Grava un 0,3464% del valor del bien, aplicándose a un mínimo de 25\$ y un máximo de 485\$. Esta tasa está regulada en la sección 24.23 del título 19 del CFR.
- ***Harbor maintenance fee*** (tarifa de mantenimiento de puerto). Toda carga comercial descargada de un buque comercial, en un canal o puerto dentro del territorio aduanero de Estados Unidos, está sujeta a una tarifa de uso portuario del 0,125% de su valor. El importador de la carga es responsable del pago del derecho de uso del puerto en el momento de la descarga.

El pago de estas tasas aduaneras debe ser satisfecho en el proceso de la entrada formal de la mercancía (sección 24.24 (2) (i) del título 27 del CFR).

### **9.2.3. Impuesto Federal del Alcohol (Federal Excise Tax o FET)**

Este impuesto grava la importación del alcohol a lo largo de todo el país y su recaudación corre a cargo de la CBP. Se trata de una contribución realizada en el momento de la importación, junto al pago de los aranceles y bajo la responsabilidad del importador a la hora de formalizar la entrada de la mercancía (pág. 11, ICEX, 2018).

### **9.2.4. Impuestos estatales (State Excise Tax y Sales Tax)**

El State Excise Tax es un impuesto especial sobre la compra que recae sobre el distribuidor, mientras que el Sales Tax es un impuesto sobre la venta del vino. Normalmente, este impuesto no supera los 0,5 dólares por litro. Además, cada estado mantiene la voluntad de gravar el vino con sus propios impuestos (FTA, 2024).

La fiscalidad de estos impuestos depende de la regulación de cada estado (pág. 3-4, ICEX, 2021). Por ejemplo, el impuesto base aplicable a las bebidas alcohólicas en el estado de Illinois es de 1,39 dólares por litro, que se incrementa en función de la ciudad, como es el caso de Chicago (0,36 dólares) o en Cook (0,24 dólares), lo que hace que la combinación de impuestos del estado, el condado y el municipio alcancen casi dos dólares. Por el contrario, en ciudades como Nueva York o Los Ángeles este impuesto combinado es tan solo de 0,30 dólares y 0,20 dólares respectivamente (Neish S., 2024).

## Cálculo de los impuestos

Primeramente, hay que calcular el arancel de entrada, a nivel federal, en función del tipo de bebida. Posteriormente, se aplica el FET (entre 0,635 y 0,898 dólares por litro. Por último, el impuesto estatal se aplica en función del estado en el que se va a comercializar la bebida (pág. 4, ICEX, 2021). De forma esquemática, los impuestos a calcular y consultar son los siguientes:

- Aranceles
- Tasas de trámites aduaneros
  - Tarifa de procesamiento de la mercancía
  - Tarifa de mantenimiento en el puerto
- Impuesto Federal del Alcohol (FET)
- Impuestos Estatales (el importador tendría que consultar el nivel de impuestos aplicable en el territorio de Florida, en este caso)
  - State Excise Tax
  - Sales Tax

### 9.3. *Requisitos previos al envío de la mercancía*

Al menos veinticuatro horas antes de que la carga esté dispuesta en el buque elegido para el envío, el importador o su agente deben presentar de forma electrónica a la CBP un documento conocido como **Declaración de Seguridad de Importación** (ISF o 10+2, en inglés). Consta de información relativa a los datos de contacto del vendedor y el comprador, el país y lugar de origen, el N° de Registro del Importador y el código armonizado (CustomsCity, 2024).

### 9.4. *Declaración aduanera de salida*

La declaración aduanera de exportación es un procedimiento imprescindible para sacar las mercancías del territorio aduanero de la Unión Europea. Bajo las condiciones establecidas en el contrato, el operador logístico elegido por el importador tiene la responsabilidad de realizar la declaración de

exportación aduanera. Dicha declaración debe presentarse en la Aduana competente donde se encuentren las mercancías y toda la documentación está disponible en el sistema AES donde, entre otros, se encuentra el “documento de autorización de salida en la aduana de salida” (AEAT, 2024).

#### **9.4.1. Requisitos previos a la llegada de la mercancía**

Con carácter previo a la recepción de la mercancía en el puerto de destino, con diez días de antelación, es imprescindible que la figura en calidad de importador registrado complete los formularios de la CBP, entre los que se incluyen los formularios 5106 (referente al Número del Importador) y 7501 (referente al resumen de entrada), además del documento de liberación. También es importante que recoja información sobre la responsabilidad requerida para la fianza aduanera, así como el tipo de fianza (CBP, 2024).

La fianza aduanera es depositada en la CBP con el fin de cumplir posibles derechos, impuestos o tasas que puedan devengarse. Pueden depositarse de forma física por el importador o su agente o que una entidad bancaria estadounidense actúe como garante (pág. 12-13, CBP, 2006). Al tratarse de una sola entrada, así como un destino final, dicho aval o garantía que debe presentar el importador es sencillo, o conocido en inglés como *Single Entry Bond*, asegurando el cobro de aranceles y derechos por la entrada de la mercancía en territorio estadounidense (DSV, 2024).

Una vez presentada la documentación y la fianza aduanera en el puerto de la CBP, en la sucursal de entrada, serán revisados (CBP, 2023).

#### **9.5. Declaración aduanera de entrada**

El transportista tiene la responsabilidad de notificar al importador respecto a la recepción de la mercancía en el puerto de destino. A partir de su llegada, tiene quince días hábiles para presentar la documentación pertinente y recoger la mercancía, o será transportada a un Almacén de Orden General (G. O. Warehouse, en inglés), que sumará gastos de almacenamiento a cargo del destinatario de la mercancía (CBP, 2023).

Las importaciones en Estados Unidos pueden tener un carácter formal o informal. Si su valor es igual o mayor a dos mil quinientos dólares, se exige un registro formal, que incluye el pago de la fianza aduanera mencionada anteriormente (SBA, 2024). Es recomendable contar con los servicios de un agente aduanero especializado que realice estos trámites en nombre del importador, en caso de que tenga poca experiencia o conocimientos aduaneros (CBP, 2023).

En los quince días hábiles desde su llegada, la CBP exige la presentación de la solicitud de entrada formal (*formal Entry*) en el propio puerto de entrada. La mercancía no podrá ser introducida de forma legal hasta que el envío llega, la entrega es autorizada y se han pagado los derechos correspondientes (pág. 11, CBP, 2006). La documentación presentada al agente de aduanas de la CBP una vez la mercancía llega al puerto de destino, además de los formularios, la fianza aduanera y el documento de liberación previos, viene regulada en el título 19, capítulo 141 del CFR y se corresponde con lo detallado a continuación:

- Factura comercial (en inglés e incluyendo la clasificación arancelaria armonizada (HS) y las tasas arancelarias, que deben coincidir con el resto de los documentos comerciales y con el formulario 7501 de la CBP)
- Packing List
- Conocimiento de embarque marítimo (Bill of Lading)
- Cheque emitido por un banco estadounidense o dinero en efectivo, necesario para el pago de los aranceles y las tarifas correspondientes

Una vez presentados en la oficina aduanera y la oficina de la CBP, se requiere un período de revisión y procesamiento de la documentación, que suele durar en torno a ocho horas. El resultado óptimo es recibir la firma de conformidad de un oficial de la CBP en el documento de liberación de la mercancía. En cualquier caso, la entrada de la mercancía no se formaliza como liquidada hasta que no transcurra un año desde el momento en el que se produce su liberación, reteniendo la fianza aduanera en las oficinas de la CBP, como

garantía de que la importación fue conforme a la normativa estadounidense (CBP, 2023).

Por otro lado, previo al despacho de la mercancía, se realiza una inspección de la mercancía y la documentación propuesta, necesaria para poder determinar su valor a efectos aduaneros, si su etiquetado es correcto, si se está incurriendo en algún tipo de ilegalidad o si las mercancías no están correctamente facturadas. Por ese motivo, el director del puerto designa una cantidad representativa para realizar una inspección de seguridad por los agentes de la CBP. A partir de esta tarea, pueden comprobar la cantidad de mercancía enviada, analizando un posible exceso o falta conforme a la información detallada en la factura comercial (pág. 20, CBP, 2006).

El examen no concluye hasta que los agentes de la CBP no corroboran que el etiquetado, la numeración, la especie, el peso y las cantidades de mercancía se corresponden conforme a lo estipulado en la factura comercial y el resto de los documentos (pág. 22, CBP, 2006). La CBP sugiere que su incorporación en los contenedores se realice de forma sistemática y ordenada, con el fin de que el examen resulte ágil, con los mínimos retrasos, daños y evitando incurrir en costes adicionales. Por ese motivo, la cooperación entre el importador y los agentes de la CBP es esencial a la hora de realizar este tipo de inspecciones, facilitando la verificación de los bultos y su contenido (pág. 23, CBP, 2006).

## 10. Incoterm EXW

El contrato de compraventa internacional se realiza bajo condiciones EXW. A continuación, se muestra una tabla que introduce las obligaciones y responsabilidades de cada una de las partes:

EXPORTADOR	COMPRADOR
Cualquier daño o pérdida de forma previa a la puesta a disposición de la mercancía	Pago del precio estipulado en el contrato
Presentación de la documentación comercial obligatoria, así como cualquier otra información que precise el importador	Despacho de exportación e importación
Preparación de la mercancía y control de calidad, antes y después del embalaje	Recepción de la mercancía en el lugar de origen, tras recibir la notificación del vendedor
Notificar al importador en el momento en el que la mercancía esté dispuesta para su recogida	Asunción del transporte en origen y en destino
	Recepción de la mercancía en el lugar de destino y posterior descarga

Ilustración 6 - Elaboración propia. Fuente: Oftex (2024).

El exportador es responsable de acondicionar la mercancía (etiquetado, envasado, empaque y embalaje) y ponerla a disposición del comprador en el momento y lugar establecidos, pero no corre con la responsabilidad de cargar la mercancía en el medio de transporte elegido. Esta acción recae sobre el transportista que, contratado por el comprador, actúa en su nombre. Es posible que negocien la emisión de un Forwarders Certificate Receipt (FCR), como garantía de que la mercancía fue entregada por el exportador bajo las condiciones acordadas; o que se procese un albarán (delivery note), firmado y sellado por ambas partes (Rino A., 2022).

## 11. Medios de pago y cobro

Es recomendable que el exportador negocie un medio de cobro por adelantado, que le permita recibir el pago de la mercancía contra entrega de uno de esos documentos probatorios de entrega de la mercancía. Este método le asegura el pago del precio de la mercancía y evita el posible riesgo de impago, pero también sufre el riesgo de que su competitividad disminuya, frente a competidores que ofrecen otros medios de pago internacionales más ventajosos para sus clientes extranjeros (iContainers, 2024).

Por este mismo motivo, el pago anticipado supone un riesgo considerable para el importador estadounidense, que queda a merced de la buena fe del vendedor. Normalmente, salvo que el exportador sea el único proveedor del mercado o exista un grado de confianza muy elevado entre ambas partes, el comprador no va a estar conforme con realizar un pago previo a recibir su mercancía (Midagri, 2024).

Dirigiendo la negociación en torno a dar una posición ventajosa al importador, el comprador asume la obligación de realizar el pago del precio de la mercancía una vez la recibe y está satisfecho y conforme a las condiciones estipuladas y negociadas por ambos en el contrato de compraventa. Una vez se cumplen estas premisas, la empresa exportadora, como acreedora, tiene derecho a recibir el pago de la mercancía (Rino A., 2022). El exportador debe considerar la contratación de una póliza de seguro que cubra el riesgo de impago, en caso de que, una vez entregada la mercancía, no reciba el pago por el precio estipulado (Midagri, 2024).

Al utilizar un medio de pago directo, el comprador es la figura que recibe más ventajas, siendo el exportador quien no recibe el cobro del precio de la mercancía hasta que esta no está en manos del comprador y este está satisfecho. El comprador puede realizar el a través de una entidad financiera, sin mayores servicios que el propio pago, ya sea mediante un cheque, una orden de pago o una transferencia (Midagri, 2024).

## 12. Riesgos y seguros de riesgo

Teniendo en cuenta las condiciones EXW, los participantes de la operación de compraventa internacional deben reconocer los riesgos a asumir y analizar qué opciones existen para garantizar el cumplimiento de las obligaciones de la otra parte contratante.

### 12.1. Seguro de Crédito a la Exportación

En el caso de la compañía exportadora, el grupo Masaveu, la gestión del cobro supone la asunción de riesgo de impago que recae directamente sobre su figura desde el momento en el que pone a disposición del comprador la mercancía contratada y se lo comunica (Aduana Visiers, 2020). En este sentido, es importante considerar la contratación de un Seguro de Crédito a la Exportación que cubra este riesgo y sirva como garantía para el exportador, como asegurado, de que va a recibir su cobro aunque el deudor incumpla con su obligación y compromiso de pago (DHL, 2024).

El Seguro de Crédito a la Exportación viene regulado en el Decreto 3138/1971, de 22 de diciembre. Da protección a las empresas exportadoras por las pérdidas que haya podido ocasionar una operación de exportación, ya sea por un motivo de carácter comercial o político y extraordinario. También considera otros perjuicios ocurridos durante operaciones vinculadas o riesgos que puedan afectar a su actividad exportadora (art. I, 1).

Una vez se contrata este Seguro, la compañía aseguradora evalúa el riesgo crediticio del cliente extranjero, estableciendo un límite de crédito. En caso de impago por parte del comprador, la aseguradora indemniza a la empresa exportadora por ese coste adeudado. Así, una parte es asumida por la figura del asegurado, pues no se cubre el riesgo total de la operación pero proporciona seguridad al exportador al minimizar el riesgo de impago (art. I, 3). Además, son objeto de garantía todas las operaciones de exportación de bienes o servicios, siempre y cuando sean de origen nacional (art. II).

### **Riesgos comerciales**

Son considerados riesgos comerciales aquellas circunstancias en las que el exportador, como asegurado de una operación de exportación, sufra el incumplimiento del pago del deudor en las siguientes situaciones, y siempre y cuando no sea debido a una causa imputable al propio asegurado:

- El comprador extranjero es declarado en quiebra o suspensión de pagos, o equivalentes.
- Cuando resulta imposible, por falta de bienes del comprador o sus garantes, que se ejecute la sentencia obtenida por el asegurado en procedimiento judicial en reclamación del crédito.
- Cuando el crédito garantizado resulte incobrable, siendo inútil un procedimiento judicial.
- Al transcurrir seis meses desde que el asegurado informe a la entidad aseguradora de la resolución del contrato de compraventa internacional, derivado al incumplimiento de las obligaciones contraídas por el comprador y sus garantes.

### **Riesgos políticos y extraordinarios**

Tendrán consideración de riesgos políticos y extraordinarios las siguientes circunstancias:

- En caso de conflictos armados, revoluciones u otros eventos similares que impidan el pago de deudas.
- Si ocurren desastres naturales fuera de España que afecten al deudor extranjero y le impidan cumplir con sus pagos, tomando consideración de situación catastrófica.
- Eventos políticos fuera de España que resulten en la confiscación, expropiación o daño de los bienes involucrados en la operación, o cualquier otro hecho que impida la recepción por parte del cliente extranjero, serán considerados como excepciones si la reparación no se

realiza dentro de los seis meses posteriores al vencimiento del contrato.

- Si las autoridades españolas recuperan la mercancía para evitar un riesgo político.
- Si no se puede exportar o recibir pago debido a medidas tomadas por el Gobierno español.
- Si un deudor público no cumple con los pagos durante seis meses después de la notificación a la aseguradora.
- Si se resuelve el contrato de exportación debido al incumplimiento de obligaciones por parte del comprador público después de seis meses desde la notificación a la aseguradora.

### **12.1.1. Modalidades del Seguro de Crédito a la Exportación**

El artículo sexto del Decreto 3138/1971, de 22 de diciembre, considera distintas modalidades dentro del concepto genérico del Seguro de Crédito, entre los que se tienen en cuenta los dispuestos a continuación:

El seguro de riesgos por resolución del contrato (art. Séptimo) garantiza al exportador, como asegurado, la indemnización por la pérdida neta que puede sufrir en el caso en el que el contrato de exportación celebrado con el comprador quede interrumpido, suspendido o imposibilitado y la causa no sea imputable a su persona. La indemnización se corresponde con el precio de coste de la mercancía bajo contrato.

El seguro de riesgos de créditos del vendedor (art. Octavo). Una vez el exportador cumple con las obligaciones y responsabilidades contractuales a su cargo, nace su derecho al cobro por el precio aplazado. Si se da esta situación y el comprador no cumple con su obligación de pago de la parte aplazada, correspondiente al precio de la exportación, este seguro supone una garantía para el exportador.

Además, ambas modalidades de seguro deben estar aseguradas de forma simultánea contra cualquier riesgo comercial, político y extraordinario (Art. Sexto, Dos).

### **12.1.2. Pólizas de seguro del CESCE**

El CESCE, como compañía aseguradora, asume la cobertura de los riesgos comerciales y políticos y extraordinarios que deriven de una operación de exportación en ambos supuestos considerados en el apartado anterior y lo hace ofreciendo una amplia variedad de pólizas de seguros a la exportación (2021). Por este mismo motivo, considerando aspectos que ya han sido mencionados durante el trabajo, como la diversificación de clientes y productos, la concreción contractual, la solvencia de su clientela habitual, la negociación y el propio riesgo país de Estados Unidos... El departamento financiero del grupo Masaveu debe considerar algunas pólizas que aseguren el crédito a la exportación. Haciendo referencia a los seguros que ofrece el CESCE (2024), se pueden considerar:

- Póliza de resolución de contrato: protegiendo al grupo Masaveu cuando el comprador decide rescindir del contrato de forma unilateral o injustificada (previamente a que nazca el riesgo de crédito).
- Póliza 100: destinada a Pymes que exporten mercancías por un importe que no alcance los 1,2 millones de euros, protegiendo al exportador de riesgos comerciales (insolvencia), riesgos políticos o situaciones en las que el comprador se niega a retirar la mercancía (tras comprometerse contractualmente a ello).
- Póliza individual de crédito suministrador: está destinada a contratarse cuando la operación de compraventa internacional se realiza con un cliente poco habitual, protegiendo el riesgo de impago de la parte aplazada cuando el exportador cumple con su parte contractual.

### **12.2. El importador y el seguro de transporte**

Por otro lado, en cuanto al importador estadounidense, los riesgos y costes se transfieren cuando la mercancía está puesta a su disposición y todavía no ha

sido recogida por el transportista. Como se menciona anteriormente, desde ese momento, los daños y desperfectos sobre la mercancía recaen sobre su figura. En su caso, podrá contar con una póliza similar a las que ciertas compañías como CESCE, COFACE o MAPFRE, ofrecen en España.

Solamente desde el punto de vista del transporte marítimo, en función del Convenio de Bruselas de 1968, donde se encuentran recopiladas las responsabilidades de los transportistas marítimos en operaciones de comercio internacional, hay que tener en cuenta que, en la mayoría de los casos, la pérdida o el daño de las mercancías no está garantizada para el importador (Access2Markets, 2024). La responsabilidad civil de los transportistas suele tener una cobertura inferior al valor real de la mercancía a cargar, ya que no considera los daños ocultos, retrasos, casos fortuitos o daños relativos a una mala praxis a la hora de embalar o cargar de forma inadecuada la mercancía en el medio de transporte. Por este motivo, el importador deberá analizar si le resulta rentable contratar un seguro de carga que le permita cubrir la totalidad del valor real de la carga (DTS, 2021).

Esta contratación no es una obligación para el importador, pero sí es recomendable, asegurando que la mercancía transportada está cubierta en caso de que se dé algún tipo de situación que la perjudique durante el tránsito internacional. Este tipo de seguros, de base, ofrecen una cobertura ante una diversidad de riesgos que pueden contribuir al daño o pérdida de la mercancía durante su traslado y ciertas situaciones, teniendo que hacer hincapié en aspectos más específicos, como: la carga y descarga, vinculados al transporte internacional (Eafit, 2024). También es importante considerar otros aspectos, como la pérdida o daños en el almacén del vendedor, una vez está puesto a su disposición (Aduana Visiers, 2020).

En definitiva, la compañía aseguradora se compromete con el importador, como asegurado, ofreciendo una compensación indemnizatoria por daños o pérdidas durante la operación de tránsito. Además, su valor se calcula en base a la factura comercial, como documento probatorio de esta indemnización. Por

tanto, el nivel de prima puede variar en cuanto al valor y la naturaleza de la mercancía, su origen, su destino y los medios de transporte elegidos (DSV, 2024). En función de las cláusulas y condiciones negociadas con la compañía aseguradora, el importador podrá cubrir riesgos como: siniestro total o parcial, vandalismo, maniobras de carga y descarga... todo dependerá de la póliza del seguro contratada (Aduaeasy, 2024).

## 13. Promoción y marketing

El grupo Masaveu opta por la creación de contenido de forma activa en redes sociales y su página web, la participación y representación en ferias nacionales e internacionales, colaboraciones con otras marcas gourmet y creación de elementos publicitarios.

### 13.1. Presencia online

La creación de contenido en redes sociales (RR. SS.) permite crear un vínculo interactivo con los usuarios de la red, implicando el diálogo con clientes actuales y captando la atención de clientes potenciales (Master Social Media, 2024). Desde el punto de vista de los consumidores, las publicaciones de las redes sociales influyen a la hora de tomar una decisión de compra (Santos D., 2023). Permite participar activamente con los consumidores, descubriendo sus necesidades, pero también mejora la imagen de la compañía, al estar a su disposición (Master Social Media, 2024).

Además, las opiniones y reseñas online son un factor importante a tener en cuenta. El 89% de los consumidores encuestados por AWER Reviews afirma que las reseñas influyen en su percepción sobre una empresa, otorgándoles mayor o menor confianza para proceder a su compra. Además, la interacción con el cliente, a través de la respuesta a sus reseñas, incita al incremento de las conversiones en un 62% de las empresas. Las especificaciones del producto proporcionadas por una compañía pasan a segundo plano cuando existen opiniones de profesionales, amigos o personas de influencia en redes sociales (Darós S., 2023).

Las marcas están utilizando nuevas estrategias y adoptan un nuevo modelo en su participación en redes. A través de la especialización y una orientación de futuro, crean un vínculo de calidad con sus consumidores que desean fomentar a largo plazo, además de diversificar sus participaciones a través de otras redes para maximizar aún más este impacto (PuroMarketing, 2024).

En este sentido, la compañía debe cuestionarse su forma de participar en redes sociales. Puede considerar una estrategia que consista en utilizar redes sociales horizontales, como TikTok, Instagram o Twitter (Santos D., 2023), como un canal de comunicación con sus consumidores actuales y potenciales, a la vez que dar una buena imagen del producto.

En el período de 2021, las visitas a la página web y las diferentes tiendas de vinos del grupo Masaveu obtuvieron un incremento del 35% (Arribas J. M., 2022). Teresa comenta que Masaveu utiliza con asiduidad su página web, en español y en inglés, con el fin de publicar noticias, notas de prensa o artículos en relación a la sidra de hielo o el grupo en general. Además, mantienen activos diferentes perfiles en redes sociales, como son Instagram, Twitter, Facebook, LinkedIn y YouTube. Por ejemplo, en Instagram crean post específicos sobre la sidra de hielo Valverán o el propio lagar donde se elabora (Anexo PROMO Y MK).

Por otro lado, la inversión global en realizar campañas de publicidad a través de redes sociales se estima en unos 268 mil millones de dólares en el año 2023 (Santos D., 2023). Desde el punto de vista económico, la inversión en publicidad a través de redes sociales resulta mínima en comparación con otros medios de comunicación tradicionales como la televisión, la radio o publicidad en la calle (Master Social Media, 2024).

El mercado de publicidad en línea estadounidense es el más grande del mundo (Santander Trade, 2024). En la actualidad, el gasto derivado del patrocinio en redes sociales en Estados Unidos se estima en un crecimiento de un 16% para 2024 (PuroMarketing, 2024). Las estimaciones indican que el crecimiento sobre el gasto de internet irá creciendo en los próximos años, alcanzando más de 900 mil millones de dólares en el año 2007 (Statista, 2024).

Teresa comenta que se realiza publicidad del grupo Masaveu Bodegas de forma general y de Valverán, de forma particular, tanto en redes sociales, como a través de la herramienta shopping google. Además, los consumidores o personas interesadas en el seguimiento y evolución de la compañía tienen la opción de recibir una newsletter a su correo electrónico, informando sobre diferentes

aspectos en relación al grupo Masaveu. Por ejemplo, si una persona acepta su suscripción a la newsletter, se le puede informar acerca de una próxima presentación en una feria o evento internacional, proporcionando un enlace directo a su página web corporativa para dar más información.

También se utilizan Ads, utilizando plataformas online para dar representación del grupo y sus productos a través de elementos publicitarios. Teresa comenta que este tipo de publicidad se utiliza en redes sociales y shopping google, presentando elementos como los que se muestran a continuación:



Ilustración 7 - Grupo Masaveu (2024). Promoción y Marketing.

El grupo Masaveu utiliza campañas estándar de shopping a través de Google Ads, generando más visitas a su página web e incrementando el interés de una clientela potencialmente atractiva. El cobro de este tipo de servicio es CPC (cobro por clic), por lo que la compañía paga cuando un usuario pincha en uno de los anuncios que dirigen a la página web de destino que se está promocionando (Google Ads, 2024). El mantenimiento de una campaña publicitaria básica a través de Google Ads tiene un coste aproximado de 75 euros mensuales; o si se le incluyen otros servicios adicionales, como YouTube Ads, llegan a alcanzar los 400 euros al mes (Xplora, 2024).

En el caso de Instagram Ads, la colocación de anuncios en formato vertical a través de la plataforma de Instagram permite que esas stories lleguen a un público verdaderamente interesado en el producto. Para ello, se identifican características de los usuarios que permitan orientar el anuncio hacia un público concreto y alcanzar unos resultados óptimos. Aspectos como la ubicación, los intereses, la demografía, la audiencia personalizada... permiten que el producto resulte más relevante, permitiendo un ranking como anunciante más alto, reduciendo el cpc. El precio aproximado es de entre 0,14€ y 3€ por click, que varía en función de los aspectos mencionados anteriormente; o considerar el coste por mil impresiones (cpm), que llegan a alcanzar los 4€ por cada mil impresiones. En cualquier caso, el precio de anunciar el producto en España en Instagram Ads tiene un precio medio de 7,28€ al día, es decir, unos 220€ al mes (Rosado E., 2024).

### 13.2. Venta online

En los últimos años se han ido incrementando las ventas de bebidas alcohólicas a través de internet. Los resultados de una encuesta realizada a mil doscientos compradores en el mercado estadounidense muestran que los consumidores optan por la comodidad de las ventas online (un 70%), por su facilidad y la comodidad que conlleva, frente a productos en tiendas físicas con precios más bajos (Delighted, 2024).

La estimación sugiere que el número de ventas llegará a alcanzar un 20% sobre el total de ventas de estas bebidas durante la próxima década. Además, las ventas de pequeñas empresas dedicadas a la elaboración de productos artesanales experimentan un crecimiento de un 153% en el año 2021. También es importante considerar la “premiumización”, donde se incrementa el precio medio de este tipo de bebidas, como resultado de un mayor conocimiento del consumidor final y su poder adquisitivo. Esto permite que sus compras supongan un mayor número de botellas a precios superiores (pág. 4, ICEX, 2021).

En el caso de esta sidra de hielo, se encuentra disponible en diferentes plataformas de venta online en España, como: en su propia tienda online, la

Tienda Masaveu Bodegas, a un precio de 22€ (Tienda Masaveu Bodegas) o en el club del gourmet de El Corte Inglés, a un precio de 19,50€ (El Corte Inglés, 2024). En Estados Unidos, las empresas Spanish Acquisition y Consortium Wines & Spirits (Florida) también ofrecen este producto en sus plataformas online.

Además, esta bebida también está disponible en Amazon España a través de otro distribuidor, como es el caso de SMAS Productos S. L. Esta empresa distribuidora ofrece sus productos en Amazon, albergando un amplio catálogo de vinos y licores europeos, entre los que se encuentran los productos del grupo Masaveu. En función del producto, Amazon le cobra un importe de venta que, en el caso de la “cerveza, vino y licores” se corresponde con un 10,30% (Amazon, 2024).

### *13.3.Promoción ferial*

Acudir a eventos y ferias comerciales internacionales supone una actividad promocional para aquellas empresas que deseen crear negocios en el extranjero y darse a conocer en otros mercados, pero también involucra un gasto significativo que las empresas deben tener en cuenta. Es recomendable asistir a ferias en las que exista la participación de un Organismo de Promoción, como el ICEX o ASTUREX, responsables de acoger a diferentes empresas españolas de un mismo sector en un pabellón oficial. A través de estos pabellones, las empresas alcanzan una buena imagen, mostrando un carácter de colaboración y apertura, así como abaratando el presupuesto en costes de exposición y gestión de este y adquiriendo experiencia (ASTUREX, 2021).

Es importante realizar un presupuesto ajustado a las necesidades de la compañía, para poder averiguar si la participación debe llevarse a cabo o es mejor desprenderse de ella, en función de la concordancia con sus objetivos financieros. Para ello, en relación a la participación ferial, hay que considerar ciertos costes (Weezevent, 2023):

1. Inscripción como expositor en una feria, en función de la ubicación del stand y el propio tamaño del evento.

2. Alquiler del espacio ferial e instalación. Este coste hace referencia a la construcción, transporte, montaje y alquiler del espacio donde se va a ubicar el stand. En función de la ubicación y características del mismo, el precio puede variar.
3. Diseño del stand. Este gasto se corresponde con la adquisición del equipamiento, en cuanto a mobiliario y tecnologías del stand. Existen varias opciones, como contratar a una agencia de eventos que cree un stand a medida, elegir un stand modular u optar por un stand portátil.
4. Logística. Gastos relacionados con el transporte, entrega, instalación y conexión a la red eléctrica de los elementos del stand.
5. Participación del personal. Gastos relacionados con el viaje, las dietas y el alojamiento, si es necesario.
6. Marketing, publicidad y comunicaciones. Gastos relacionados con la promoción de la compañía en el evento a través de folletos, *flyers*, carteles y otros materiales promocionales. También hay que considerar otros gastos adicionales en relación a ciertas actividades promocionales en redes sociales o estrategias publicitarias en los buscadores web. Además, es importante estar proactivo en las redes sociales. Es importante realizar un plan de comunicación para ceñirse a los objetivos y las tareas propuestas, así como al presupuesto inicial.

Además, la empresa debe informarse respecto al evento y el país que la acoge, planificando con antelación el plan de actuación en la misma. Para ello, deberá tener en cuenta aspectos como: el personal que va a acudir; qué comportamiento y relación hay que tener con los visitantes; qué turnos se van a dar; cuánto material se va a utilizar; el precio del vuelo y los alojamientos... (ASTUREX, 2021).

En el caso del grupo Masaveu, Teresa comenta que la compañía está presente en diferentes salones y ferias de carácter nacional e internacional, tanto con sus productos vitivinícolas, como con la sidra de hielo Valverán. Algunas de

las ferias a las que acuden son: Prowein, Barcelona Wine Week, Salón Gourmets (Madrid), Salón Peñín (mejores vinos de España), Spanish Wine Showroom (Nueva York), Verema Valencia, Verema Vigo, Salón Verema de vinos especiales (Madrid) o Salón Bodegas del siglo XXII Calduch.

De cara al futuro, cabe la posibilidad de que el grupo acuda a otros eventos similares que van a tener lugar en los próximos años, como:

- Prowein Düsseldorf (Düsseldorf, 10-12 de marzo de 2024)
- Salón Gourmets (Madrid, 22-25 de abril de 2024).
- Prowine Singapore 2024 (Singapur, 23-26 de abril de 2024).
- Speciality & Fine Food Fair 2024 (Londres, 10-11 septiembre de 2024).
- Prowine Shanghai 2024 (Shanghai, 12-14 noviembre de 2024).
- Feria PLMA Chicago 2024 (Chicago, 18-19 noviembre de 2024)
- Prowine Hong Kong 2025 (Hong Kong, 14-16 mayo de 2024).
- Alimentaria 2026 Barcelona (Barcelona, 23-26 de marzo de 2026)

Por ejemplo, la Feria PLMA Chicago 2024 tiene lugar los días 18 y 19 de septiembre de 2024 en el Rosemont Convention Center de Chicago. La Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB), junto con el apoyo financiero del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), se encargan de agrupar empresas españolas que deseen acudir para poder crear un pabellón conjunto. O la 29ª edición de la feria PROWEIN, en Düsseldorf (Alemania) tiene lugar los días 10, 11 y 12 de marzo de 2024. El ICEX promueve la participación de empresas españolas en su Pabellón Español. Esta feria está dirigida a un público de carácter profesional y está especializada en la promoción de bebidas alcohólicas de carácter europeo e internacional (ICEX, 2023).

A la hora de calcular el presupuesto aproximado de asistir a una feria comercial, hay que considerar aspectos como: el alquiler del espacio (cuota de asistencia y participación en el evento), el alquiler o construcción del stand, los gastos del personal (viajes y dietas), los elementos de la promoción ferial (flyers, trípticos, mailing, gadgets), servicios y envío de las muestras.

Por ejemplo, si el grupo optase por acudir al evento Prowein Düsseldorf (Düsseldorf, 10-12 de marzo de 2024) y limitase bastante su presupuesto, debería considerar utilizar un stand modular básico. Aunque dependiendo de los servicios que se incluyan y el producto a promocionar el presupuesto puede variar, el porcentaje aproximado de gastos en los que incurrir es el siguiente (Vissualevents, 2023): alquiler del espacio (22%), alquiler del stand (40%), gastos de personal (14%), marketing y promoción (17%), servicios (3%) y envío (4%).

Si contratase un stand modular básico de 16 metros cuadrados, que cuenta con servicios mínimos de limpieza y suministros de luz y electricidad, el presupuesto aproximado sería el siguiente (Vissualevents, 2023):

GASTOS	PRECIO	PORCENTAJE
Alquiler espacio (16m, a 205€ el metro cuadrado)	3.280€	22,31%
Construcción stand (16m, a 280€ el metro cuadrado) y consumo eléctrico mínimo (3 Kw)	5.600€	38,10%
Gastos del personal	2.100€	14,29%
Promoción ferial (mk, mailing, flyers)	2.800€	19,05%
Servicios feriales (limpieza, tasa ferial, paquete de medios)	419€	2,85%
Envío (Europa, 1 palé)	500€	3,40%
<b>TOTAL</b>	<b>14.699€</b>	

*Ilustración 8 - Elaboración propia. Información consultada en Vissualevents (2023).*

En el caso de contratar una ampliación de los servicios que ofrece la feria, como la limpieza diaria, el almacenaje o un mayor suministro energético, el presupuesto podría llegar a incrementarse hasta alcanzar los cincuenta mil euros (Vissualevents, 2023).

## 14. Plan de distribución física internacional

La sidra de hielo, al tratarse de un producto “perecedero”, delicado y con un carácter Premium y especial, requiere de un proceso de exportación minuciosamente considerado, con el fin de garantizar que el producto llegue en condiciones óptimas al país de destino, afirma Loretta (2024).

Los datos afirman que los meses de octubre, noviembre, mayo y junio son aquellos en los que los importadores estadounidenses realizan un mayor volumen de compras de bebidas alcohólicas del extranjero. Esta decisión puede venir influenciada por los meses donde se genera un mayor consumo, correspondientes a los meses de mayo, agosto, noviembre y diciembre (iContainers, 2017).

### 14.1. Especificaciones del producto

Las botellas elegidas para este envío internacional pertenecen a la última añada de 2022 (según la nota de cata, son elaboradas 27.540 botellas).

En cuanto a los aspectos técnicos del producto, a la hora de su comercialización, hay que considerar:

- Origen: Concejo de Sariego (Comarca de la sidra, Asturias).
- Formato de 37,5 cl.
- Graduación alcohólica: 11% vol.
- Temperatura: 10°C.
- Guarda potencial: 3 años.
- Alérgenos: contiene sulfitos.

Además, de cara a su comercialización, es importante tener en cuenta que cada una de las botellas se introduce en una caja individual.



*Ilustración 9 - Fuente: Tienda Masaveu Bodegas. Botella Valverán 20 Manzanas.*

Las medidas de los estuches individuales se corresponden con 6 cm de ancho y 25 cm de alto, haciendo que las botellas queden ajustadas al espacio.

## **14.2. Preparación de la carga**

### **14.2.1. Etiquetado, envasado y empaque**

Teniendo en cuenta que cada país regula sus productos de manera específica, es necesario ser conocedor de aquellas condiciones que exige el país de destino para poder exportar y también los requisitos a cumplir a la hora de su importación (Access To Markets, 2024). A continuación, se detallan las modificaciones que hay que realizar en el etiquetado español del producto, para facilitar su comercialización en el mercado estadounidense.

#### **14.2.1.1. Etiquetado en Estados Unidos**

Para poder entender de dónde provienen las exigencias sobre el etiquetado en este tipo de producto, hay que considerar la existencia de la Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau (TTB, de ahora en adelante). Es la agencia federal responsable de supervisar el mercado estadounidense con el fin de garantizar que las normas de etiquetado sobre bebidas alcohólicas, publicidad y prácticas comerciales de su jurisdicción cumplen con los requisitos exigidos por las regulaciones y las políticas de Estados Unidos. En cuanto a las materias que regula, es responsable de supervisar el etiquetado de las bebidas

alcohólicas cuya graduación es superior al 7% de alcohol en volumen, conforme a lo estipulado en el Code of Federal Regulations o CFR (pág. 6, Registro FDA, 2024).

La Federal Alcohol Administration Act (FAA) es la ley encargada de a todos aquellos agentes que actúan en la industria de las bebidas alcohólicas estadounidense, así como la protección a los consumidores (pág. 21, Registro FDA, 2024). El contenido que figura en el título 27 CFR, partes 4 y 16, de la Ley FAA y la Alcoholic Beverage Labeling Act of 1988 (ABLA), expresan los requisitos de etiquetado y publicidad del vino (TTB, 2024). En base a estas leyes, la TTB crea una guía denominada The Beverage Alcohol Manual (BAM) que contiene la información detallada sobre el contenido del etiquetado de las botellas de vino en Estados Unidos (TTB, 2022).

Una vez conocida la TTB, hay que considerar la naturaleza del producto que se va a exportar, para poder comprender los requisitos de etiquetado del país de destino.

Los estándares de comercialización de la sidra de hielo de manzana, incluyendo la normativa sobre su etiquetado, no están desarrollados para este producto en específico, ni en Europa, ni en Estados Unidos. Por este motivo, se realiza una investigación al respecto, además de una consulta al ICEX España Exportación e Inversiones para poder averiguar cómo proceder en esta situación.

La Association des Industries des Cidres et Vins defruits de l'UE (AICV) canadiense comienza a dar forma a su estandarización, adoptando una primera definición que pretende aplicarse desde el continente americano hasta Europa. En el año 2022, la TTB acepta esta definición (Smith W., 2022), además de incluir un apartado específico para la cider en su propia página web. Aun así, las sidras, junto a las bebidas de hidromiel y las peradas, cuyo contenido alcohólico supera el 7% de alcohol en volumen, se encuentran reguladas bajo la misma normativa del vino que existe en la actualidad en Estados Unidos (TTB, 2024).

Desde el punto de vista del ICEX, la fórmula de la sidra de hielo Valverán es conforme a las regulaciones de la TTB, por lo que cualquier ámbito de

regulación queda a disposición de este organismo. A través de la consulta, asimismo que esta bebida se puede englobar dentro de las bebidas alcohólicas de la TTB que, tanto por sus características, uso y graduación, permite que reciba la regulación asignada a “wines”.

Además, debido a la ambigüedad de su tipología, la consulta al ICEX sugiere que se utilice aquella partida arancelaria relativa a este tipo de bebidas, acogidas bajo el código SA 2206.00.1520 y correspondiente a “demás bebidas fermentadas, como sidra, perada, aguamiel o sake; mezclas de bebidas fermentadas y mezclas de bebidas fermentadas y bebidas no alcohólicas, no expresadas, ni comprendidas en otra parte”; o incluso a la partida 2208.70.0030, correspondiente a los licores “transportados en contenedores de menos de cuatro litros”.

Una vez concretada la naturaleza del producto, con el fin de crear un etiquetado conforme a la normativa estadounidense, hay que recurrir a las exigencias de la TTB. A continuación, se detalla la información necesaria que hay que incluir en el etiquetado de las botellas de sidra de hielo Valverán conforme al título 27 CFR (Cap. I, Parte 4, Subparte D, Secciones 4.30 – 4.39):

Primeramente, según la sección 4.38 (b) (1) del 27CFR, al tratarse de un envase de más de 187 mililitros, toda la información requerida en el etiquetado, excepto la declaración del contenido alcohólico debe estar escrita en una letra, tipografía o impresión de no menos de 2 milímetros (excepto que esté contenida en otra información descriptiva o explicativa, donde será de un tamaño sustancialmente más visible que el de la información descriptiva o explicativa). Toda la información estará escrita en inglés, tanto en su etiquetado, como en su embalaje, aunque pueden utilizarse otros idiomas de forma opcional (c). Además, las etiquetas deben estar firmemente adheridas al recipiente de vidrio, de forma que no pueda quitarse sin una aplicación exhaustiva de agua u otro solvente (e).

#### **Etiqueta de marca:**

*Brand Name* (marca), según el 27CFR 4.33 – En este caso, el nombre bajo el que se reconoce la marca del producto: Valverán 20 Manzanas.

*Class or Type Designation or Statement of Composition*, según el 27CFR 4.34 – Según la norma de identidad para el vino, existen nueve clases generales (27CFR 4.21) y la mayoría se divide, a su vez, en tipos específicos. En el caso de la sidra de hielo, la clase elegida es Fruit Wine y el tipo es Ice Cider. También se incluye una mención en castellano, mencionando el término “sidra de hielo”.

*Appellation of Origin*, según el 27CFR 4.25 y 4.34 b) – Es obligatorio, siempre y cuando contenga la distinción de una variedad especial. Es un producto importado, según el 4.25 (a) (2) hay que incluir el país de origen de forma obligatoria. Aun así, en este caso, la sidra de hielo Valverán 20 Manzanas no tiene la consideración de D.O.P. Sidra de Asturias y, por tanto, no se requiere esta mención.

*Foreign Wine* – No es obligatorio incluir qué porcentaje de vino (sidra) extranjero contiene porque el producto es 100% español y no está mezclado.

#### **Etiqueta con información general:**

*Importer's name and address* (nombre y dirección del importador), según el 27CFR 4.35 – Se incluye la mención Imported by XX y su dirección. Adicionalmente, según el 27 CFR 4.35 b.2).

*Net Contents* (cantidad neta), según el 27CFR 4.37 – Al ser menos de un litro, el contenido se expresa en mililitros (ml), incluyendo el volumen equivalente en la medida estadounidense (onzas líquidas): 375 ml (12,7 fl. oz.).

*Alcohol Content by Volume* (contenido alcohólico), según el 27CFR 4.36 – Aparece como ABV o alcohol by volume, o como prueba (PROOF). Están permitidas las abreviaciones. Por ejemplo, 11% ALC / VOL. En este caso, se utiliza: Vol. 11%

*Country of origin* (país de origen) – Cualquier producto importado en el mercado estadounidense debe incluir un etiquetado indeleble que haga referencia al país de origen correspondiente, además de expresar el país de origen mediante la mención Made in Spain (European Union). Es un requisito

indispensable para cumplir con las regulaciones aduaneras (Santander Trade Market, 2024).

*Declaration of sulfites* (declaración de sulfitos), según el 27CFR 4.32 e) – añadiendo la mención Contains Sulfites.

*Health Warning Statement* (advertencia sobre la salud), según la Alcoholic Beverage Labelling Act of 1988 (también por el 27 CFR 16. 20-22) – El importador que desee vender o distribuir la bebida en el mercado estadounidense debe incluir la advertencia sobre la salud en su etiqueta el siguiente texto:

GOVERNMENT WARNING: (1) According to the Surgeon General, women should not drink alcoholic beverages during pregnancy because of the risk of birth defects. (2) Consumption of alcoholic beverages impairs your ability to drive a car or operate machinery and may cause health problems.

Esta declaración debe encontrarse en un fondo con contraste, donde puede ser fácilmente legible (a, 1). Las dos primeras palabras de la declaración deben ser GOVERNMENT WARNING, apareciendo en letra mayúscula y en negrita (a, 2). Además, al tratarse de un envase de más de 237 ml (8 fl. oz.) de capacidad, la declaración debe estar escrita en una letra de impresión no inferior a 2 milímetros (b, 2).

Como se menciona posteriormente, en el etiquetado de cada botella debe incluirse el certificado COLA expedido por la TTB al importador (pág. 138, CBP, 2006).

#### **Información opcional:**

Existe otro tipo de información no obligatoria que puede ser incluida en el etiquetado, según el 27CFR 4.38 f), siempre y cuando esa información sea verídica, correcta, específica y no dé lugar a equívocos, ni por la naturaleza del producto, ni por el resto de información que contiene la etiqueta.

En el caso de la botella de sidra de hielo, se incluye la siguiente información adicional:

Nombre y dirección del productor extranjero – también puede incluirse el nombre y dirección del lugar principal de negocios del productor extranjero, utilizando otras palabras o sus equivalentes en inglés, entendiendo que son los fabricantes del contenido de la botella. Por este motivo, también se incluye: Produced by MASAVEU BODEGAS. Pomaradas y Llagares de Sariego. El Rebollal, Sariego, 33518, Asturias, España.

Información de contacto – Customer Care: Tel. 0034 91 432 14 32 – info@bodegas.masaveu.com

*Batch date* (fecha del lote).

Descripción breve del contenido de la botella, haciendo referencia a su proceso de elaboración y sus características – Traducción al inglés de la descripción incluida en el etiquetado diseñado para el mercado nacional en castellano: each bottle contains the essence of a minimum of 20 native Asturian apples selected from our farm 'El Rebollal' (Asturias), where we take care of more than 35,000 apple trees and whose cider mill is dedicated solely to making this ice cider. After a slow process of freezing the must, the essence obtained ferments for 10 months at a temperature of 10°C".

Sugerencias sobre su bebida y acompañamiento – It harmonizes with cheeses, foie or desserts with little sweetness.

Referencia a la historia de la sidra de hielo en España – Valverán is a pioneer in the production of ice ciders in Spain.

El código de barras – En el caso de Estados Unidos, comúnmente se utiliza el UPC estándar (Código Universal de Producto). Su nomenclatura se corresponde con el GTIN-12. Si la empresa española decide realizar este trámite por su cuenta, debe dirigirse a GS1 US, representada por la Asociación Española de Codificación Comercial, con el objetivo de obtener su número UPC de código de barras de modelo americano. De forma alternativa, el importador puede gestionar esto directamente con GS1 US (ICEX, 2021).

Al igual que en el formato de venta utilizado en España, de la botella y su estuche de formato individual, toda la información mencionada aparece reflejada en la etiqueta endoble de la botella y en la parte externa del estuche, reguladas en mayor profundidad en la sección 4.38 del 27 CFR.



*Ilustración 10 - El Corte Inglés (2024). Botella de sidra Valverán 20 Manzanas y su estuche individual.*

*Ilustración 11 - Amazon (2024). Valverán Botella en Estuche Individual Sidra de Hielo – Asturias – 375 ml.*

En el caso de la normativa española, la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN) es la institución responsable de advertir de forma detallada la información necesaria que debe ser incluida en un producto alimenticio para su venta, con el fin de dar garantías al consumidor de lo que está adquiriendo (AESAN, 2024). Al igual que en la normativa estadounidense, existe una información de carácter obligatorio que todo artículo debe incluir en su etiqueta, además de otras menciones opcionales.

### **14.3. Inspección de calidad**

La inspección de calidad de las botellas y sus estuches es esencial para verificar que los estándares de calidad que garantiza la compañía van en sintonía

con los estándares de tamaño del embotellado de las bebidas alcohólicas en Estados Unidos, previamente a su embalaje.

En este caso, los estándares del envasado o embotellado del vino en la normativa estadounidense están contenidos en los capítulos 4.71 y 4.72 del título 27 del CFR. Algunas de las consideraciones a tener en cuenta, son:

- Diseño. El recipiente no induce al comprador en error. Está fabricado de forma que la capacidad real es semejante a la aparente en un examen visual en condiciones normales de compra.
- Espacio de cabeza. El contenido neto reflejado en la etiqueta es de 187 ml o más, por lo que el espacio libre entre la parte superior del vino y la parte superior del recipiente no debe exceder el 6% de la capacidad total de la botella.
- Norma métrica de llenado autorizada. En el caso de la botella de sidra de hielo Valverán, se corresponde con 375 ml. (12,7 fl. oz.).

Una vez las mercancías se encuentren limpias y secas, además de que su etiquetado esté adherido de forma correcta, tanto en su envase, como en su empaque, se puede proceder a su embalaje (Logisber, 2024).

#### **14.4. Embalaje de la mercancía**

El embalaje de la mercancía es un paso imprescindible a la hora de exportar un producto, con el fin de mantener y proteger los productos ya envasados y empaquetados en los procesos de carga y descarga, almacenamiento y transporte (Smurfit Kappa, 2024).

Considerando que las botellas de vidrio de sidra de hielo están contenidas en estuches individuales fabricados con cartón fino, diseñado para proporcionar una buena imagen del producto de cara a su promoción, hay que analizar qué embalaje será más adecuado para dar protección tanto a los estuches, como a su contenido. Además, debe realizarse de forma que los agentes de la CBP puedan

examinarlas, pesarlas, medirlas y descargarlas rápidamente (pág. 23, CBP, 2006).

Según afirma Loretta (2024), esta sidra, pese a su nombre, una vez envasada y cerrada, no requiere una conservación especial de temperatura, por lo que no resulta necesario utilizar un embalaje isotérmico o acumuladores de frío. Aunque también hay que tener en cuenta la posibilidad de que se produzcan rozaduras entre las unidades cargadas o golpes provenientes del exterior y acondicionar la mercancía dentro de su embalaje, para poder evitar desperfectos. Por este motivo, en el caso de que existan espacios vacíos entre los estuches o la estructura del embalaje, poniendo en peligro la mercancía, pueden utilizarse materiales como el cartón, chips de relleno, papel ondulado, film, de burbujas o almohadas de aire (Diario del Exportador, 2020).

#### **Caja de cartón corrugado de doble canal:**

En este caso, hay que considerar cajas de cartón doble o triple, que consisten en un envase exterior de cartón corrugado, que ofrece mayor nivel de protección a las botellas que el cartón básico de un solo canal, además de proporcionar una alta resistencia y una posición inamovible a su contenido (Logisber, 2024).

Además, para una mayor protección, puede envolverse cada envase con una hoja fina de plástico de burbujas y rellenar los espacios vacíos con rellenos adicionales como los mencionados (FedEx, 2024).

Las dimensiones de las cajas de doble canal elegidas para empaquetar las sidras de hielo se corresponden con los siguientes datos: 250 mm de largo, 250 mm de ancho y 250 mm de alto. La capacidad de cada caja es de 16 botellas y el peso aproximado de cada una es de 11 kg. Al mismo tiempo, las medidas correspondientes a las cajas que contienen las botellas de vino, que se van a transportar conjuntamente en el contenedor, son las siguientes: 400 mm de largo, 300 mm de ancho y 300 mm de alto. La capacidad de cada una de las cajas es de 15 botellas de vino y el peso aproximado de cada una es de 19 kg (consultar Anexo I, pág. 98).

### Sellado del embalaje:

Una vez la mercancía es introducida en su embalaje, es necesario sellar correctamente el paquete. Para ello, es útil utilizar una cinta americana o de vinilo para su correcta adhesión y cerrarlas correctamente a través del método H, haciendo hincapié en las zonas de apertura y sus bordes (Comercial Avilés, 2024).

### Etiquetado especial del embalaje:

Considerando que se trata de una mercancía frágil, pueden adherirse etiquetas adhesivas especiales de carácter informativo que lo indiquen. Así, la persona que manipule la carga puede evitar ciertos riesgos. Pueden añadirse en la parte superior, para una correcta visualización, o utilizar una cinta llamativa con la información necesaria (Comercial Avilés, 2024).



Ilustración 12 - Rajapack (2024). Etiquetas de precaución de uso.

También hay que incluir una etiqueta que permita identificar el paquete a quien lo manipule, ya sea el transportista, el agente de aduanas o el propio importador (Rajapack, 2024).

Desde la CBP (pág. 20, 2006) se aconseja al exportador extranjero que empaquete las mercancías de forma ordenada; que marque y numere

correctamente los bultos que contienen las mercancías; que enumere el contenido de cada bulto en la factura; y que coloque en las facturas las marcas y números correspondientes a dichos bultos.

Presentar el envasado y el etiquetado conforme a las regulaciones de la TTB mencionadas anteriormente resulta una tarea imprescindible para acelerar el despacho de la mercancía en el lugar de destino (CBP, 2024).

Desde este punto de vista, según el art. 134.11 del 19CFR, todo artículo de origen extranjero (o también su envase o empaquetado), en el momento de la importación en el territorio aduanero estadounidense, debe estar marcado en un lugar tanto visible, como legible, indeleble, y permanentemente según lo permita su naturaleza, indicando al comprador final el nombre, en inglés, del país de origen del artículo.

### **14.5. Paletización**

La paletización de la carga es un aspecto que facilita las inspecciones de aduanas. Este método permite retirar de forma rápida la carga a través de una carretilla elevadora, frente a las horas que tardarían en hacerlo de forma manual (pág. 23, CBP, 2006).

A la hora de almacenar las cajas de cartón será necesario utilizar palés de madera, donde se colocarán las cajas de cartón con las botellas de vidrio empaquetadas en su interior.

Para ambas mercancías, se utilizarán palés americanos. Sus dimensiones permiten que la manipulación y almacenamiento de las cajas de cartón se realice de forma eficaz, las cuales son: 1000 mm de ancho, 1200 mm de largo y 145 mm de alto (consultar Anexo I, pág. 98). Además, su peso aproximado es de 25 kilogramos, y soporta cargas de hasta 1500 kilogramos (ICEX, 2022).

## 14.6. Elección del contenedor marítimo

Una vez la mercancía ya está embalada y lista, tras su recogida en las instalaciones de la empresa fabricante en el lagar, se procede a su traslado al puerto de embarque por el transportista.

La carga de esta mercancía se va a realizar en un contenedor de 40 pies para proceder a su transporte en un barco portacontenedores (Logisber, 2024). La elección de este contenedor recae sobre el importador, bajo las condiciones EXW.

Este tipo de contenedor marítimo tiene unas dimensiones de 12,025 metros de largo, 2,352 metros de ancho y 2,393 metros de alto y tiene un peso aproximado de 4.000 kg. Su M.M.A. son 32.500 kg (iContainers, 2024).

La operación de transporte va a consistir en exportar un contenedor de 40 pies, que contiene alrededor de 20 mil botellas y cuyo peso aproximado es de 31 toneladas (consultar Anexo I, pág. 98).



Ilustración 13 - DSV (2024). Códigos ISO y marcas de los contenedores marítimos.

También es necesario que los contenedores estén marcados y etiquetados conforme a las regulaciones de Aduanas y Protección Fronteriza (CBP) de Estados Unidos, según el 19 CFR parte 11, parte 12 y parte 134 (TTB, 2024). Dejar espacio

suficiente en la parte superior de un contenedor, además de un pasillo central que permita el acceso a un detector de narcóticos, también es un ejemplo de eficiencia para la inspección de la CBP (pág. 23, CBP, 2006).

## **14.7. Medio de transporte y ruta**

Loretta menciona que el medio de transporte elegido de forma habitual para sus envíos internacionales es el transporte marítimo. Atendiendo a esta información, hay que considerar e identificar los diferentes gastos derivados del transporte de la mercancía desde un puerto a otro.

### **14.7.1. Agenda e itinerarios de la ruta de viaje**

Una vez la mercancía está introducida en las cajas de cartón, se apilan para ser trasladadas hacia la zona de almacenaje del lagar, donde van a permanecer hasta su distribución.

Según las condiciones del contrato de compraventa y teniendo en cuenta el Incoterm EXW, el importador debe realizar un contrato de transporte de mercancías con un transportista. En este caso, tenemos en cuenta que el importador va a elegir a la empresa Rhenus Logistics como operador logístico. El grupo Rhenus cuenta con más de sesenta años de historia en España y 112 años de experiencia a nivel internacional, que le permiten ser operador líder de servicios logísticos de forma global (Diario del Puerto, 2024).

A través de un contrato CMR, Rhenus Logistics se encarga de llevar a cabo y supervisar el transporte de la mercancía desde el lagar de El Rebollal hasta el puerto marítimo de Bilbao. Esta primera ruta por carretera supone un transporte de la carga en un camión, cuyo recorrido aproximado es de 250 kilómetros (iContainers, 2024). Una vez en el puerto de origen, una empresa estibadora carga y procede al trincaje de la mercancía en el contenedor.



Ilustración 14 - Transporte por carretera desde Asturias al puerto de Bilbao (Google Maps, 2024)

La segunda parte del trayecto consiste en un transporte marítimo desde el puerto de Bilbao (ESBIO – 49890, Santurce, Bilbao) hasta el puerto de Sines (PTSIE, Portugal) para realizar el transbordo de la mercancía, con un tiempo estimado de tres días (VesselFinder, 2024).

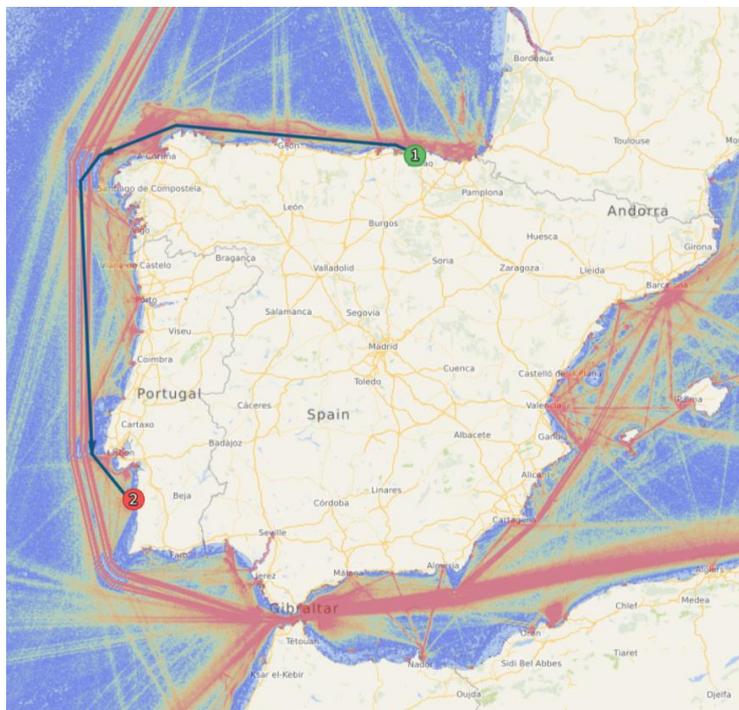


Ilustración 15 - Ruta desde el puerto de Bilbao hasta el puerto de Sines. Fuente: Visselfinder (2024).

Posteriormente, la mercancía es transportada desde el puerto de Sines (PTSIE) hasta el puerto de Miami (USMIA – Miami, Florida, Estados Unidos), con un tiempo estimado de trece días (VesselFinder, 2024).

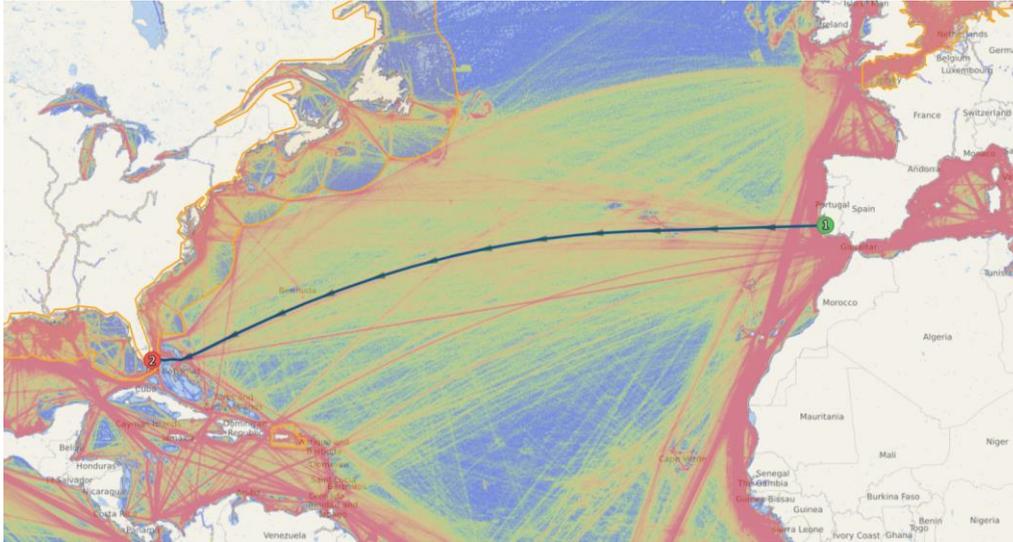


Ilustración 16 - Rutas marítimas Bilbao – Sines - Miami. Fuente: VesselFinder (2024)

Una vez la mercancía llega al puerto de Miami, una empresa estibadora descarga la mercancía y el operador Rhenus Group la transporta por carretera hasta las instalaciones del importador en Florida.

### 14.7.2. Coste de exportación: fletes y costes

A lo largo de este trabajo se está dando una visión general de todos los procedimientos y costes, lo que se traduce en una proyección estimada de las tareas a realizar por el importador y el exportador de cara al transporte nacional e internacional. De cara a estimar un cálculo de los costes propios de la logística internacional, además de los tiempos de tránsito, hay que considerar diferentes alternativas de transporte y elegir aquella que mejor se adapte a las necesidades de los participantes. Tras realizar diferentes búsquedas a través de [iContainers](#), herramienta de búsqueda de rutas por vía marítima, se elige la ruta dispuesta en el apartado anterior.

Considerando que esta operación se realiza bajo condiciones EXW, la mayoría de los costes y riesgos corren a cargo de la figura del importador estadounidense, aunque también hay que tener en cuenta las responsabilidades y obligaciones del exportador, mencionadas anteriormente (consultar apartado Incoterm ExWorks, pág. 52). El acondicionamiento y la puesta a disposición de la

mercancía corren a cargo del grupo Masaveu, además del seguro por riesgo de impago.

En este caso, como se menciona anteriormente, la figura del importador es la que acarrea con la mayoría del gasto en la operación.

A continuación, se exponen los gastos de toda la operación de transporte internacional, en euros, para poder comprender el gasto que supone toda la operación desde el punto de vista del importador:

Primeramente, se tienen en cuenta los gastos de recogida de la mercancía, considerando el coste por combustible (52,79 euros) y el servicio de transporte desde el lugar hasta el puerto de Bilbao (788 euros), alcanzando una cifra de 840,44 euros. Posteriormente, se suman los gastos en origen y los seguros. La aproximación estimada por iContainers sugiere que este coste alcance los 423 euros, haciendo referencia a gastos por tramitación aduanera, impuestos a la exportación y otras tasas. Además, teniendo en cuenta la contratación de un seguro de transporte y mercancía por parte del importador, se estima un precio que ronda los 2.671 euros.

Por otro lado, los gastos de destino, referentes a la llegada del buque al puerto marítimo y los consiguientes trámites, tasas e impuestos a la importación emitidos por la CBP, alcanzan un coste de 234 euros. Por último, el precio estimado por el servicio de entrega por carretera desde el puerto a las instalaciones del importador se estima en unos 425 euros.

En la tabla dispuesta a continuación, se detallan los diferentes servicios, tasas, seguros e impuestos que se tienen en cuenta a la hora de calcular el precio y coste final de la exportación, que recae sobre la figura del importador estadounidense:

CARGOS	COSTE
<b>GASTOS DE RECOGIDA</b>	<b>EUR 840,44</b>
Combustible	52,79
Transporte	787,65
<b>GASTOS EN ORIGEN</b>	<b>EUR 423</b>
Conocimiento de embarque (B/L)	60
Tasa de comunicación	10
Tasa de liberación (release fee)	20
Logística	10
Tasa de puertos	50
Gastos de manipulación	243
Impuesto por peso bruto	30
<b>SEGURO INTERNACIONAL</b>	<b>EUR 2.671,37</b>
Manifiesto de carga	572,81
Sistema de control y autorización previa de mercancías a EEUU (AMS)	25
Seguro de la mercancía	1.879,59
Low Sulphur Surcharge (LSS)	124,11
<b>GASTOS EN DESTINO</b>	<b>EUR 234,38</b>
Derechos de tramitación (Handling fee)	5,97

Protección de buques e instalaciones portuarias (ISPS)	14,32
Tasa de puertos	60,15
Derechos de muelle (Wharfage)	114,56
Tasa de seguridad	39,38
<b>GASTOS DE ENTREGA</b>	<b>EUR 424,84</b>
Servicio de transporte	424,84
<b>TOTAL</b>	<b>4.594,03</b>

*Ilustración 17 - Coste de exportación. Fuente: iContainers. Elaboración propia.*

Consiguientemente, el coste de exportación, teniendo en cuenta el transporte y manipulación de la mercancía ya preparada desde el lugar de Valverán hasta el puerto de Miami, donde es descargada y cargada en otro camión hacia las instalaciones del importador en Florida, alcanza un precio de 4.594,03 euros.

## 15. Conclusiones

El presente trabajo concluye intentando ofrecer una visión integrada de todos aquellos aspectos a tener en cuenta a la hora de realizar una operación de exportación de sidra de hielo Valverán hacia Estados Unidos. Analizando los diversos aspectos que han sido mencionados a lo largo del trabajo, se alcanzan las siguientes conclusiones:

Respecto a la viabilidad económica y comercial, la exportación de sidra de hielo Valverán, a un precio de 9,60 euros por botella, demuestra ser viable económicamente, al asegurar un volumen de exportación de dos mil cuarenta y ocho botellas. Esto garantiza una oferta suficiente y un precio de compra sugerente para captar la atención del importador en Florida. Para optimizar el uso del contenedor y maximizar la eficiencia logística, se decide complementar la carga con botellas de vino del grupo Masaveu, cuyo precio ExWorks es de 5,50 euros por unidad. Esta estrategia, además de reducir el coste por unidad de transporte, permite diversificar la oferta de productos. Finalmente, el volumen de la mercancía dedicado a la exportación, que incluye las botellas de sidra de hielo y las de vino, alcanza un precio total de **118.413,30 euros** para el importador norteamericano.

Desde un punto de vista logístico, la consolidación de la carga, que incorpora sidra de hielo y vino, permite llenar un contenedor completo de 40 pies. Esto permite un aprovechamiento eficiente de la capacidad del transporte, reduciendo los costes logísticos involucrados durante la operación. Además, a través del estudio de diferentes alternativas de transporte marítimo, se elige la ruta más eficiente, que alberga todo el proceso logístico en un tiempo de tránsito de 16 días: desde la recogida de las botellas en el lagar hasta la entrega final en las instalaciones del importador en Miami. Este plan garantiza la preservación de la calidad del producto durante el tránsito y asegura unos tiempos de entrega competitivos. El precio total de la ruta es de **4.594,03 euros**, desde las instalaciones del exportador, que se encuentran en el lagar de El Rebollal (Villaviciosa, Asturias, España), hasta las instalaciones del importador en Florida (Estados Unidos).

Por otro lado, una gran carga de este proyecto se corresponde con un trabajo de investigación y análisis, que envuelve aspectos legales y regulaciones desde un punto de vista comercial; pero también hace referencia al estudio económico y político del país importador. A través de este estudio, se prevén los requisitos necesarios que deben

considerar ambas figuras participantes, en relación a la obtención de permisos, certificados y licencias con el fin de introducir la mercancía en el mercado estadounidense y garantizar que cumple con los estándares de calidad y seguridad exigidos por el país.

En referencia a la sidra de hielo Valverán, a lo largo de todo el trabajo trata de identificarse como un producto único y de calidad. El mercado de Florida presenta una creciente demanda de productor gourmet y artesanales, posicionando a la sidra de hielo en un muy buen lugar. Por este mismo motivo, la estrategia de penetración en el mercado se enfoca en destacar la autenticidad y la calidad de este producto, aprovechando la tendencia al alza del consumo de bebidas premium. No solo por su capacidad de importación y distribución del mercado español, Miami es elegido como punto estratégico por su influencia en la promoción de productos hacia otras regiones de Estados Unidos y América Latina.

La combinación de productos dedicados en esta exportación no solo responde a una necesidad logística, sino que también refleja un compromiso con la sostenibilidad económica del lugar, que trata de diversificar su oferta y ampliar sus oportunidades de mercado. A largo plazo, experiencias como esta permiten asentar las bases para futuras expansiones, creando relaciones comerciales sólidas y facilitando la apertura de nuevos mercados internacionales.

## 16. Lista de referencias

A. M. V. (2017). Tiempo de sidra. Web La Sidra. Consultado el 10 de diciembre de 2023, en <https://www.lasidra.as/es/tiempo-de-sidra/>

Aduaeasy (2024). Guía para contratar un seguro de carga internacional. Consultado el 30 de mayo de 2024, en <https://bit.ly/3yUbi37>

Aduanas Visiers (2020). EXW: un término a usar con precaución. Consultado el 7 de mayo de 2024, en <https://aduanasvisiers.com/exw-incoterms-2020/>

AEAT (2024). Declaración en Aduana. Consultado el 18 de abril de 2024, en <https://bit.ly/3KzjBUp>

AEAT (2024). Exportación. Consultado el 18 de abril de 2024, en <https://bit.ly/4bQQM1E>

AEAT (2024). Guía EORI. Consultado el 19 de abril de 2024, en <https://bit.ly/3KBkH4>

AESAN, Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (2024). Información alimentaria. Web El Etiquetado Cuenta Mucho, aesan. Consultado el 14 de marzo de 2024, en <https://lc.cx/Dvo395>

AESAN, El etiquetado cuenta mucho (2024). Nutricional. Consultado el 14 de marzo de 2024, en <https://lc.cx/0Tn8-L>

Agencia Tributaria (2024). ¿Qué es el IAE? Consultado el 29 de abril de 2024, en <https://bit.ly/3RnEbLh>

Agencia Tributaria (2024). IVA en las operaciones de Comercio Exterior. Consultado el 29 de abril de 2024, en <https://bit.ly/4cb77hD>

Altertecnica (2024). Industria Alimentaria. Cómo exportar a EEUU: ventajas de vender en el mercado norteamericano. Consultado el 6 de mayo de 2024, en <https://qr.cd.org/5VQ8>

Álvarez R. (2023). Qué es la sidra de hielo, la bebida que triunfa entre los paladares más refinados. Consultado el 25 de noviembre de 2023, en <https://qr.cd.org/5VP8>

Amazon (2024). Descubre cuánto cuesta vender en Amazon. Consultado el 2 de mayo de 2024, en <https://sell.amazon.es/precios>

Amazon (2024). Sidra de hielo Valverán 20 Manzanas. Consultado el 2 de mayo de 2024, en <https://lc.cx/0vclkg>

Amazon (2024). Smas Productos S. L. Consultado el 2 de mayo de 2024, en <https://lc.cx/mrO9De>

Arribas J. M. (2022). Masaveu Bodegas eleva un 35% sus ventas y está presente en 40 países. Consultado el 2 de mayo de 2024, en <https://qr.cd.org/5VQ6>

Arribas J. M. (2022). Masaveu Bodegas eleva un 35% sus ventas y está presente en 40 países. Consultado el 2 de mayo de 2024, en <https://qr.cd.org/5VQ6>

AserComex (2024). Exportar desde España. Consultado el 29 de abril de 2024, en <https://www.asercomex.es/exportar-desde-espana/>

ASTUREX (2021). Cómo preparar las ferias comerciales. Consultado el 24 de abril de 2024, en <https://lc.cx/nD9keW>

Asturex (2024). Cómo preparar las ferias comerciales. Consultado el 2 de mayo de 2024, en <https://lc.cx/3rVH6y>

Barreras Comerciales (2024). Preguntas frecuentes. ¿Qué barreras son las más frecuentes? Consultado el 19 de abril de 2024, en <https://bit.ly/3XdUYnI>

Beverage Daily (2023). Bebidas alcohólicas premium dinamizan en Estados Unidos. Consultado el 3 de mayo de 2024, en <https://qrcd.org/5VQ1>

BOE (2017). Decreto 72/2017, de 10 de febrero, por el que se aprueba la norma de calidad de las diferentes categorías de la sidra natural y de la sidra. Boletín Oficial del Estado, Nº 44, 21 de febrero de 2017, pp. 11416-11423. Consultado en <https://qrcd.org/5VPR>

BOE-A-1971-1632. Decreto 3138/1971, de 22 de diciembre, por el que se regula el Seguro de Crédito a la Exportación. Consultado en <https://qrcd.org/5VQX>

Bonilla M. (2023). Esta es la única sidra española que gana el oro a Mejor Sidra Especial en los ‘World Cider Awards’. Periódico El Español. Consultado el 11 de enero de 2024, en <https://qrcd.org/5VPM>

Carceller R. (2016). La sidra es la nueva cerveza artesana. La Vanguardia. Consultado el 14 de enero de 2023, en <https://qrcd.org/5VPD>

CBP (2006). Importing into the United States. A Guide for Commercial Importers. Consultado el 20 de marzo de 2024, en <https://qrcd.org/5VQI>

CBP (2023). Presentar una solicitud de entrada formal (para mercancías valoradas en 2500 dólares o más). Consultado el 17 de abril de 2024, en <https://qrcd.org/5VQq>

CBP (2023). Tarifa de usuario – Tarifas de Procesamiento de Mercancías. Consultado el 20 de marzo de 2024, en <https://help.cbp.gov/s/article/Article-334?language=es>

CBP (2024). Basic Import Export. Consultado el 17 de abril de 2024, en <https://bit.ly/45ij7eM>

CBP (2024). Determining Duty Rates. Consultado el 20 de marzo de 2024, en <https://qrcd.org/5VQn>

CESCE (2021). La importancia del seguro de crédito a la exportación y cuál elegir. Consultado el 30 de mayo de 2024, en <https://qr.cd.org/5VQa>

CESCE (2024). Riesgo país: Estados Unidos. Consultado el 2 de abril de 2024, en <https://qr.cd.org/5VPZ>

CFR (2024). Code of Federal Regulations, Title 27: Alcohol, Tobacco Products and Firearms, en <https://lc.cx/bh1pCT>

CFR (2024). Code of Federal Regulations. Title 19, Chapter I, Part 24. Consultado el 20 de marzo de 2024, en <https://www.ecfr.gov/current/title-19/chapter-I/part-24>

COFACE (2024). Business Risk Dashboard. Country Risk Files. United States of America. Consultado el 2 de abril de 2024, en <https://qr.cd.org/5VPa>

CoMark (2022). Los beneficios de la exportación: vender en el extranjero. Consultado el 6 de mayo de 2024, en <https://qr.cd.org/5VQ9>

Comercial Avilés (2024). Cómo etiquetar un paquete para envío. Consultado el 16 de abril de 2024, en [https://lc.cx/2\\_xRsN](https://lc.cx/2_xRsN)

Comercial Avilés (2024). Embalaje para exportar. Consultado el 16 de abril de 2024, en <https://lc.cx/PrMYar>

Comunicare (2024). Redes sociales verticales: definición y ejemplos. Consultado el 23 de abril de 2024, en <https://lc.cx/XumBDt>

Credendo (s.f.). Country risk: United States of America. Consultado el 14 de abril de 2024, en <https://qr.cd.org/5VPn>

Customs City (2024). Todo lo que debe saber sobre la declaración de seguridad del importador (ISF) “10+2” del CBP. Consultado el 18 de abril de 2024, en <https://bit.ly/3Re5wzl>

Darós S. (2023). ¿Sabías que el 90% de las personas confía en las opiniones online tanto como en las sugerencias de amigos y familiares? Consultado el 23 de abril de 2024, en <https://lc.cx/2k65Mm>

Datosmacro (2023). Población de los estados de USA. Consultado el 6 de mayo de 2024, en <https://n9.cl/d54b>

Del Campo Villares, J. L. (2023). Sidra de hielo Valverán alcanza el reconocimiento internacional. Revista Beyond Taste. Consultado el 11 de enero de 2023, en <https://qr.cd.org/5VPJ>

Delighted (2024). 7 conclusiones notables: tendencias demográficas de Estados Unidos en las compras en línea frente a las realizadas en las tiendas. Consultado el 2 de mayo de 2024, en <https://lc.cx/Ni7wWX>

DHL (2024). Qué seguro para exportación elegir. Consultado el 7 de mayo de 2024, en <https://www.exportacondhl.com/que-seguro-elegir/>

Diario del Puerto (2024). Grupo Rhenus reforzará su expansión en España en su 60 aniversario en nuestro país. Consultado el 18 de mayo de 2024, en <https://lc.cx/43gE2s>

DSV (2024). Seguro de transporte de mercancías. Consultado el 30 de mayo de 2024, en <https://bit.ly/3VhHLHR>

DSV (2024). Transporte Estados Unidos USA. Consultado el 29 de abril de 2024, en <https://bit.ly/3KyAgre>

DTS (2021). ¿Cuál es la diferencia entre el seguro de responsabilidad civil y el seguro de carga? Consultado el 30 de mayo de 2024, en <https://bit.ly/4aOP3ZH>

Eafit (2024). Seguro de transporte. Consultado el 30 de mayo de 2024, en <https://bit.ly/4ccGwAQ>

EFE (2024). Asturias volverá a batir récord de exportaciones en 2023 pese a la crisis del mar Rojo. Web EFE. Consultado el 20 de enero de 2024, en <https://qr.cd.org/5VPW>

El Corte Inglés (2024). Sidra de hielo Valverán 20 Manzanas. Consultado el 2 de mayo de 2024, en <https://lc.cx/1ffT39>

ELTOMATEBISTRO (2023) Maridaje de sidras modernas y de especialidad con queso. Web Eltomatebistro. Consultado el 24 de octubre de 2023, en <https://qr.cd.org/5VPE>

Embajada de España (2020). Requisitos de importación en EE. UU. De vinos y otras bebidas alcohólicas. Consultado el 19 de marzo de 2024, en <https://lc.cx/s0cgAR>

Exchange Rates (2024). Historial 2024 del tipo de cambio (EUR) al dólar estadounidense (USD). Consultado el 28 de abril de 2024, en <https://lc.cx/PHD9Qc>

FDA Compliance (2022). 5 formas de vender tus productos en Estados Unidos. Consultado el 22 de marzo de 2024, en <https://bit.ly/3xb3h9j>

Fedex (2024). Cómo enviar artículos frágiles. Consultado el 16 de abril de 2024, en <https://lc.cx/1gqDEc>

Fernández J., 2023. Cómo empezar a vender en Estados Unidos. Consultado el 30 de abril de 2024, en <https://bit.ly/3ViCAHI>

Fernández M. (2021). Nuevo Reglamento sobre el etiquetado de bebidas alcohólicas. Web Letslaw. Consultado el 15 de marzo de 2024, en <https://lc.cx/AXG-9S>

FIAB (2024). Ferias internacionales. Consultado el 23 de abril de 2024, en [https://lc.cx/\\_hUtxf](https://lc.cx/_hUtxf)

FTA (2023). State taxes on wine. Consultado el 20 de marzo de 2024, en <https://bit.ly/3z2NAS3>

Google Ads (2024). Acerca de los anuncios de shopping. Consultado el 2 de mayo de 2024, en <https://lc.cx/npxEGL>

Gourmets (2022). Bodegas Masaveu impulsa su presencia en el mercado internacional. Revista Gourmets. Consultado el 15 de diciembre de 2023, en <https://qrqd.org/5VPU>

GS1 (2024). Qué significa y para qué sirve el Código EAN. Consultado el 14 de marzo de 2024, en <https://lc.cx/5jXAm3>

Guillermina García (2023). Entrará en vigor la nueva normativa a para el etiquetado de bebidas alcohólicas. Web The Food Tech. Consultado el 14 de marzo de 2024, en <https://lc.cx/m-c3iZ>

Huertas M. J. (2024). Siete sidras deliciosas, complejas y muy gastronómicas que deberías probar. Consultado el 6 de mayo de 2024, en <https://qrqd.org/5VQA>

ICEX (2020). La importación de mercancías: Estados Unidos. Consultado el 20 de abril de 2024, en <https://qrqd.org/5VPo>

ICEX (2021). El mercado del vino en Estados Unidos. Consultado el 19 de abril de 2024, en <https://bit.ly/3z17yfX>

ICEX (2022). Guía país Estados Unidos. Consultado el 22 de marzo de 2024, en <https://bit.ly/4ebcH5t>

ICEX (2023). PROWEIN Düsseldorf (Alemania) 2024. Feria del sector del vino y otras bebidas alcohólicas. Consultado el 23 de abril de 2024, en <https://lc.cx/UiYVzx>

iContainers (2017). El consume de vino en Estados Unidos. Consultado el 3 de mayo de 2024, en <https://lc.cx/KqG7fW>

INE (2024). Estadística del Padrón de Españoles Residentes en el Extranjero (PERE). Consultado el 3 de mayo de 2024, en <https://qr.cd.org/5VPy>

Infoautonomos (2024). Impuestos y trámites aduaneros para exportar e importar. Consultado el 29 de abril de 2024, en <https://bit.ly/3RjTuot>

J. M. R. (2017). Sidra asturiana a más de 40 euros la botella en el mejor restaurante del mundo. La Nueva España. Consultado el 29 de octubre de 2023, en <https://qr.cd.org/5VPY>

Lázaro M. (2019). ¿Caduca el alcohol? Web Huffpost. Consultado el 15 de marzo de 2024, en <https://lc.cx/DnY10J>

Logisber (2024). Cómo transportar botellas de vino en barco. Consultado el 16 de abril de 2024, en <https://lc.cx/ktJDNZ>

M. Puga, J. (2020) Una sidra asturiana, Gran Oro en el Primer Concurso Internacional de Sidras Cinve 2020. Periódico El Comercio. Consultado el 11 de enero de 2023, en <https://qr.cd.org/5VPF>

Maldita (2024). Los primeros dígitos de los códigos de barras: qué indican y cómo funcionan. Consultado el 14 de marzo de 2024, en <https://lc.cx/StIJ8d>

Mapfre (2024). Seguro de transporte de importación y exportación. Consultado el 30 de mayo de 2024, en <https://qr.cd.org/5VQc>

Masaveu Bodegas (2022). Catálogo de productos Masaveu Bodegas. Consultado el 28 de abril de 2024, en <https://qr.cd.org/5VPw>

Masaveu Bodegas (2023). La sidra de hielo Valverán 20 Manzanas incrementa un 36% la producción ante el aumento de la demanda. Consultado el 11 de diciembre de 2023, en <https://qr.cd.org/5VPP>

Masaveu Bodegas (2023). Valverán 20 Manzanas, mejor sidra de hielo en el Festival de la Sidra de Nava 2023. Consultado el 11 de enero de 2024, en <https://qr.cd.org/5VPO>

Masaveu Bodegas (2024). Sidra de hielo Valverán 20 Manzanas. Consultado el 10 de enero de 2024, en <https://qrcd.org/5VPC>

Master Social Media (2024). ¿Qué importancia tienen las redes sociales para pymes y autónomos? Consultado el 23 de abril de 2024, en <https://lc.cx/WxPm9b>

Midagri (2024). Formas y condiciones de pago. Consultado el 29 de mayo de 2024, en <https://qrcd.org/5VQU>

Ministerio de Economía, Comercio y Empresa (2024). Ayudas, Ferias Internacionales y Premios. Consultado el 23 de abril de 2024, en <https://lc.cx/HZKxLQ>

Ministerio de Economía, Comercio y Empresa (2024). Registro Especial de Operadores de Comercio Exterior (REOCE). Consultado el 29 de abril de 2024, en <https://bit.ly/3xcohwr>

Moliner Trias R. (2023). El auge de las sidras premium y por qué esta bebida triunfa en todo el mundo. Consultado el 6 de mayo de 2024, en <https://qrcd.org/5VQB>

Mordor Intelligence (2024). Mercado de la sidra tendencias y pronósticos de crecimiento hasta 2029. Consultado el 10 de abril de 2024, en <https://qrcd.org/5VPc>

Neish S. (2024). El impuesto sobre el vino en Illinois es cuatro veces superior al de Nueva York y Los Ángeles. Consultado el 19 de abril de 2024, en <https://bit.ly/3VzqDi8>

Nº45/2024, de martes 20 de febrero de 2024, calendario modificado de ferias comerciales internacionales 2024.

Nombela C. G. (2023). Qué es la sidra de hielo, la sofisticada bebida que cada día conquista más paladares (y a más restaurantes Michelin). Consultado el 3 de mayo de 2024, en <https://qrcd.org/5VQ2>

Nombella C. G. (2023). Qué es la sidra de hielo, la sofisticada bebida que cada día conquista más paladares (y a más restaurantes Estrella Michelin). Consultado el 2 de mayo de 2024, en <https://lc.cx/ucu2gF>

Observatorio VA (2020). Guía para exportadores: Estados Unidos. Consultado el 20 de abril de 2024, en <https://lc.cx/TVdOL9>

Oftex (2024). Exworks. Consultado el 7 de mayo de 2024, en <https://www.oftex.es/ex-works-ddp-exportador/>

Overproof (2022). Importing alcohol into the US. Consultado el 19 de abril de 2024, en <https://qrcd.org/5VPt>

Registro FDA (2024). Guía TTB Colas Etiquetas Bebidas Alcohólicas. Consultado el 15 de marzo de 2024 en <https://lc.cx/pbwhZa>

Rino A. Riesgo de cobro en ventas EXW. Consultado el 7 de mayo de 2024, en <https://qrcd.org/5VQR>

Rosado E. (2024). Precio de Instagram Stories. Consultado el 31 de mayo de 2024, en <https://lc.cx/eDFMd->

RTVE (2023). 20 manzanas para la mejor sidra de hielo española. Consultado el 11 de noviembre de 2023 en <https://qrcd.org/5VP5>

Santander Trade (2024) Gestionar embarques en Estados Unidos. Consultado el 8 de marzo de 2024, en <https://lc.cx/0sNuv->

Santander Trade (2024). Estados Unidos: política y economía. Consultado el 8 de abril de 2024, en <https://qrcd.org/5VPb>

Santander Trade (2024). Estados Unidos: empaques y normas. Consultado el 12 de marzo de 2024, en [https://lc.cx/l2Kxm\\_](https://lc.cx/l2Kxm_)

Santos D. (2024). 110 datos y estadísticas sobre redes sociales para 2023. Consultado el 23 de abril de 2024, en <https://lc.cx/zNt9ZE>

SBA (2024). Conozca las leyes y reglamentos de importación y exportación. Consultado el 17 de abril de 2024, en <https://bit.ly/4caBHRM>

Sekulits C. (2017). Florida, puerta de entrada al mercado americano. Consultado el 6 de mayo de 2024, en <https://lc.cx/EhmPRB>

Sidra de hielo Valverán en copa sauterne. 2021. Consultado el 10 de enero de 2024, en <https://qrqd.org/5VPX>

Statista (2022). Producto Interior Bruto (PIB) en los Estados Unidos en 2022, por estado. Consultado el 6 de mayo de 2024, en <https://lc.cx/07OnnD>

Statista (2023). Ranking de los países líderes dentro del mercado de bebidas alcohólicas en función de los ingresos generados a nivel mundial en 2022. Consultado el 19 de abril de 2024, en <https://qrqd.org/5VPr>

Sttark (2022). Three Tier System: what it is and how it impacts alcohol distribution. Consultado el 19 de abril de 2024, en <https://qrqd.org/5VPv>

Sumup (2024). El IVA transfronterizo. Consultado el 29 de abril de 2024, en <https://bit.ly/3VxtlVn>

Tienda Masaveu Bodegas (2022). ¿Qué diferencia la sidra de hielo de la sidra tradicional? Consultado el 10 de diciembre de 2023, en <https://qrqd.org/5VP3>

#### Título 19 del CFR

Torres J. M. (2021). Sidra de hielo: el secreto mejor guardado de Asturias. Revista Tendenciashoy. Consultado el 2 de noviembre de 2023, en <https://qrqd.org/5VP9>

TTB (2015). Importing Bottled Alcohol Beverages into the United States. Consultado el 20 de marzo de 2024, en <https://bit.ly/3z0OvT0>

TTB (2022). BAM: The Beverage Alcohol Manual. Consultado el 19 de marzo de 2024, en <https://lc.cx/gmulVJ>

TTB (2022). Requisitos para importar vino a los Estados Unidos. Consultado el 19 de marzo de 2024, en [https://lc.cx/\\_zOpfi](https://lc.cx/_zOpfi)

TTB (2024). Importaciones - Beneficios fiscales bajo el Acta de Modernización de las Bebidas Artesanales (CBMA). Consultado el 19 de abril de 2024, en <https://bit.ly/3Ky1cHs>

TTB (2024). Importing Bottled Alcohol Beverages into the United States. Consultado el 19 de abril de 2024, en <https://qr.cd.org/5VQy>

TTB (2024). Requisitos de certificación del país de origen de TTB.gov. Consultado el 19 de abril de 2024, en <https://bit.ly/3VvX7tS>

TTB (2024). Tax and Fee Rates. Consultado el 20 de marzo de 2024, en <https://lc.cx/dCPTxg>

UsaGov (2024). Cómo obtener una licencia o permiso de importación. Consultado el 17 de abril de 2024, en <https://qr.cd.org/5VQs>

Vineteur (2023). Sariego, Asturias: epicentro de innovación en el mundo de la sidra. Consultado el 11 de enero de 2024, en <https://qr.cd.org/5VPK>

Vino Premier (2024). Sidra de hielo. Consultado el 6 de mayo de 2024, en <https://qr.cd.org/5VQA>

Vissualevents (2023). Guía cuánto cuesta una feria. Consultado el 2 de mayo de 2024, en <https://lc.cx/hGRY9P>

Weezevent (2023). ¿Cuánto cuesta participar en una feria? Consultado el 23 de abril de 2024, en <https://lc.cx/PKm9xA>

Wine Institute (2024). State Excise Tax Rates on Wine. Consultado el 19 de abril de 2024, en <https://lc.cx/OIOpx5>

Xplora (2024). Google Ads. ¿Qué precio, tarifas y cuánto cuesta la gestión de publicidad? Consultado el 31 de mayo de 2024, en <https://lc.cx/LiGi13>



## 17. Anexos

### 17.1. Optimización de la carga

A lo largo de este apartado se muestran los datos requeridos para poder albergar los cálculos de la optimización de la mercancía, con el fin de hallar la forma más eficiente de cargar el producto en el interior de los contenedores. Con el objetivo de llevar a cabo los cálculos de optimización de la carga correctamente, se cuenta con el asesoramiento y soporte de un antiguo trabajador del Puerto El Musel (Gijón, Asturias), con el fin de contribuir a realizar correctamente una optimización precisa y ordenada. Gracias a su aportación, se realizan una serie de cálculos que permiten aprovechar al máximo, en función del espacio y volumen, los metros cúbicos disponibles de cada recipiente.

A continuación, se detallan las medidas y pesos de los diferentes recipientes:

RECIPIENTE	MEDIDAS	PESO
<b>BOTELLA</b>	60 mm (largo)	300 g vidrio
	60 mm (ancho)	375 ml
	240 mm (alto)	
<b>CAJA</b>	250 mm (largo)	250 g
	250 mm (ancho)	
	250 mm (alto)	
<b>PALÉ AMERICANO</b>	1200 mm (largo)	25 kg
	1000 mm (ancho)	(soporte máx. 1500 kg)
	145 mm (alto)	
<b>CONTENEDOR</b>	12,025 m (largo)	4000 kg
	2,352 m (ancho)	(M.M.A. 32500 kg)
	2,393 m (alto)	

Ilustración 18 – Optimización de la carga (sidra). Fuente: elaboración propia (2024).

## CAJAS

En primer lugar, hay que tener en cuenta cuántas botellas se pueden introducir en cada una de las cajas. Estas disponen de 250mm de largo y 250mm de ancho, además de una altura de 250mm. Las botellas se incorporan en la caja en sus respectivos estuches individuales, cuyas medidas son 60mm de largo, 60mm de ancho y 240mm de alto.

### Operación de espacio:

Largo de caja:  $250/60 = 4,1 \Rightarrow$  Se pueden colocar un máximo de 4 botellas en el largo.

Ancho de caja:  $250/60 = 4,1 \Rightarrow$  Se pueden colocar un máximo de 4 botellas en el ancho.

Espacio total:  $4 \times 4 = 16 \Rightarrow$  Se pueden introducir hasta 16 botellas en cada caja.

Una vez calculado el número de botellas a introducir en cada caja, es hora de analizar su peso. Cada una tiene un peso de 250g, al que se deben añadir 300g de vidrio y 375ml de producto de cada botella.

Peso de cada caja:

$$250g + (16 \times 300g) + (16 \times 375ml) = 250 + 4.800 + 6.000 = 11.050g$$

## PALÉS

Sabiendo el contenido y peso de cada caja, se calculan cuántas se pueden reposar sobre la base de un palé que, en este caso, es un palé americano. Estos palés disponen de 1.200mm de largo y 1.000mm de ancho y además, se alzaría 145mm sobre el suelo del contenedor.

### Operación de espacio:

Largo de palé:  $1.200/250 = 4,8 \Rightarrow$  Se pueden colocar 4 cajas en el largo.

Ancho de palé  $1.000/250 = 4 \Rightarrow$  Se pueden colocar 4 cajas en el ancho.

Espacio total:  $4 \times 4 = 16 \Rightarrow$  Se pueden colocar 16 cajas en la base del palé.

Ahora bien, poder colocar 16 cajas sobre la base del palé, no quiere decir que ese sea el número que transportará cada uno, pues el peso soportado es mucho mayor al que 16 cajas puedan sumar, así que se apilarán varias filas en cada columna hasta llegar

a la parte superior del contenedor, que tiene una altura de 2,393m. Primero, se restan los 145mm que mide el palé reposado sobre el suelo y al espacio restante se apilan todas las cajas posibles.

Alto de contenedor:  $2.393 - 145 = 2.248\text{mm}$  de espacio libre hacia arriba.

Cajas apiladas:  $2.248/250 = 8,9 \Rightarrow$  Se pueden apilar hasta 8 cajas en cada columna.

Si cada palé tiene una base para colocar 16 cajas y el alto del contenedor permite apilar 8, como resultado se obtiene que cada palé ( $16 \times 8 = 128$ ) puede soportar 128 cajas, siempre y cuando su peso total, partiendo de 25kg que pesa cada uno, y añadiendo los 11,05kg de cada caja, no supere los 1500Kg, tal que:

$$25 + (128 \times 11,05) = 25 + 1.414,4 = 1.439,4\text{kg}$$

Teniendo en cuenta que la añada de sidra de hielo de 2024 solo permite exportar alrededor de dos mil botellas, cabiendo en este palé 2.048 unidades, el resto se cargarán con botellas de vino del grupo Masaveu.

En la tabla que se muestra a continuación, quedan expuestas las medidas y pesos correspondientes a las botellas de vino del grupo Masaveu, junto con el resto de los recipientes a considerar (cajas, palés americanos y contenedores):

RECIPIENTE	MEDIDAS	PESO
<b>BOTELLA</b>	80 mm (largo)	500 g vidrio
	80 mm (ancho)	750 ml
	280 mm (alto)	
<b>CAJA</b>	400 mm (largo)	440 g
	300 mm (ancho)	
	300 mm (alto)	
<b>PALÉ AMERICANO</b>	1200 mm (largo)	25 kg
	1000 mm (ancho)	(soporte máx. 1500 kg)
	145 mm (alto)	
<b>CONTENEDOR</b>	12,025 m (largo)	4000 kg
	2,352 m (ancho)	(M.M.A. 32500 kg)
	2,393 m (alto)	

Ilustración 19 - Optimización de la carga (vino). Fuente: elaboración propia (2024).

Para calcular el número de botellas de vino a exportar, habrá que realizar las mismas operaciones:

#### CAJAS

##### Operación de espacio:

Largo de caja:  $400/80 = 5 \Rightarrow$  Se pueden colocar un máximo de 5 botellas en el largo.

Ancho de caja:  $300/80 = 3,75 \Rightarrow$  Se pueden colocar un máximo de 3 botellas en el ancho.

Espacio total:  $5 \times 3 = 15 \Rightarrow$  Se pueden introducir hasta 15 botellas en cada caja.

Peso:

$440g + (15 \times 500g) + (15 \times 750ml) = 440 + 7.500 + 11.250 = 19.190g$  cada caja.

## **PALÉS**

### **Operación de espacio:**

Largo de palé:  $1.200/400 = 3 \Rightarrow$  Se pueden colocar 3 cajas en el largo.

Ancho de palé  $1.000/300 = 3,3 \Rightarrow$  Se pueden colocar 3 cajas en el ancho.

Espacio total:  $3 \times 3 = 9 \Rightarrow$  Se pueden colocar 9 cajas en la base del palé.

Alto de contenedor:  $2.393 - 145 = 2.248\text{mm}$  de espacio libre hacia arriba.

Cajas apiladas:  $2.248/300 = 7,49 \Rightarrow$  Se pueden apilar hasta 7 cajas en cada columna.

Si cada palé tiene una base para colocar 9 cajas y el alto del contenedor permite apilar 7, como resultado se obtiene que cada palé ( $9 \times 7 = 63$ ) puede soportar 63 cajas, siempre y cuando su peso total, partiendo de 25kg que pesa cada uno, y añadiendo los 19,19kg de cada caja, no supere los 1.500Kg, tal que:

$$25 + (63 \times 19,19) = 25 + 1.208,97 = 1.233,97\text{kg.}$$

## **CONTENEDOR**

El largo de los palés se coloca en el largo del contenedor y asimismo con el ancho, de forma que haya dos filas de diez palés.

Largo del contenedor:  $12,025\text{m} / 1,2\text{m} = 10 \Rightarrow$  10 palés a lo largo.

Ancho del contenedor:  $2,352\text{m} / 1\text{m} = 2,3 \Rightarrow$  2 palés a lo ancho.

Total:  $10 \times 2 = 20$  palés americanos en el contenedor.

## **CONCLUSIÓN**

Para terminar, solo se debe calcular que el peso total del contenedor, incluyendo su tara, los 20 palés, y reservando alrededor de 2.000kg para la operación de trinca, la cual es indispensable en transporte marítimo para asegurar la estabilidad y fijación de la mercancía, no se exceda de la M.M.A. estipulada. Se suman entonces los 4.000kg de tara en vacío, 2.000kg de material utilizado para trincar el contenido y el peso de un palé de sidra de hielo y diecinueve de vino.

Peso total que transportar:

$$4.000 + 2.000 + (1 \times 1.439,4) + (19 \times 1.233,97) = 4.000 + 2.000 + 1.439,4 + 2.3445,43 = 30.884,83\text{kg}$$

### Resultado de la optimización

Como resultado, un contenedor de 40 pies, dentro de sus características de espacio, volumen soportado y M.M.A., puede transportar 20 palés con 1.325 cajas que contienen 20.003 botellas, dando un total de 30.884kg, no excediendo los 32.500kg.

RECIPIENTE	LARGO	ANCHO	ALTO	PESO	MMA
<b>Botella de sidra</b>	60 mm	60 mm	240 mm	300 g + 375 ml	
<b>Botella de vino</b>	80 mm	80 mm	280 mm	500 g + 750 ml	
<b>Caja sidra</b>	250 mm	250 mm	250 mm	250 g	15 kg
<b>Caja vino</b>	400 mm	300 mm	300 mm	440 g	25 kg
<b>Palé</b>	1200 mm	1000 mm	145 mm	25 kg	1500 kg
<b>Contenedor</b>	12,025 m	2,352 m	2,393 m	4000 kg	32500 kg

*Ilustración 20 - Medidas. Elaboración propia.*

En definitiva, los resultados de la tabla anterior son los descritos a continuación:

- Un contenedor de 40 pies
- 20 palés americanos
  - Uno de sidra de hielo
  - 19 palés de vino
- 1325 cajas
  - 128 cajas de sidra de hielo (25x25x25)
  - 1.197 cajas de vino (40x30x30)
- 20.003 botellas
  - 2.048 botellas de sidra de hielo
  - 17.955 botellas de vino
- Un total de 30.884kg
  - 24.884kg de producto (sidra y vino)
  - 4.000kg de tara (peso del contenedor)
  - 2.000kg de trincaje

