

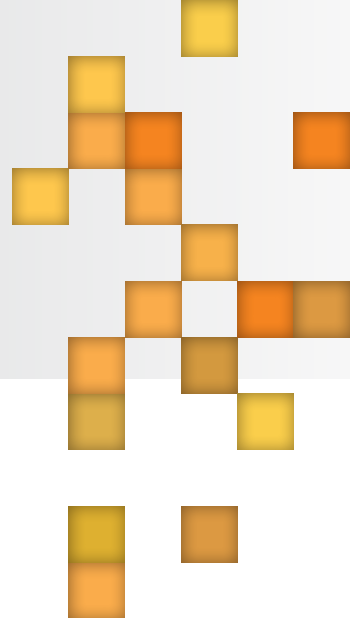
CEEI ▶ **T**guía

**INTERNACIONALIZACIÓN
EMPRESARIAL**



GUÍAS TEMÁTICAS PARA EMPRENDEDORES

índice



1. Introducción

2. Primeros pasos. Mil interrogantes

2.1 ¿Por donde empiezo?

2.2 El Plan de Internacionalización

3. Internacionalización vs Exportación

4. Operativa y Práctica del Comercio Internacional

4.1 La mesa de negociación. El inicio de toda operación de comercio exterior

4.2 La identificación de la empresa en el ámbito internacional

4.3 La fiscalidad en comercio internacional

4.4 La operativa internacional, el día a día de una empresa exportadora

4.5 Los Incoterms

4.6 La importancia del transporte en el comercio internacional

4.7 Documentación

4.8 Aduana

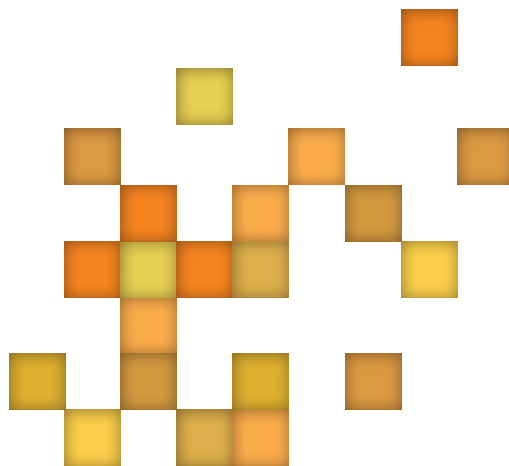
4.9 Medios de pago

4.10 El precio de exportación

4.11 Los organismos de apoyo a la internacionalización

5. La Cámara de Comercio de Ciudad Real. Área de Internacionalización

6. Direcciones útiles para la Internacionalización



1. Introducción: “LA CÁMARA AL SERVICIO DEL EXPORTADOR”

La Cámara Oficial de Comercio e Industria de Ciudad Real lleva décadas apostando por la internacionalización de las empresas de la provincia con un programa ambicioso fundamentado en 3 ejes principales; promoción, formación y asesoría-consultoría.

Cámara

Ciudad Real

Es indudable que hoy en día, el comercio exterior cobra una especial importancia al erigirse en uno de los principales motores de la economía a escala provincial, regional y nacional.

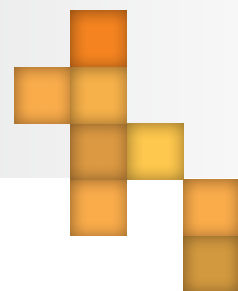
Fieles a nuestro compromiso, les presentamos una nueva herramienta consultiva que le ayudará a iniciar su expansión en mercados exteriores. La Guía de Consulta de Internacionalización permitirá a las futuras y a las actuales empresas exportadoras reflexionar sobre el camino y las estrategias a seguir, y facilitarles su operativa diaria.

www.camaracr.org / comex@camaracr.org

Tel: +34 926.274.444

Fax: +34 926.255.681





2. Primeros pasos. Mil interrogantes

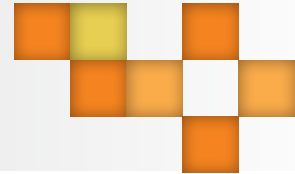
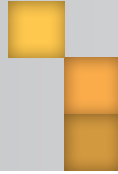
2.1 ¿POR DÓNDE EMPIEZO?

Una de las primeras incógnitas que una empresa se plantea a hora de iniciar un proceso de internacionalización es, ¿por dónde empiezo?

La internacionalización no es una aventura, si no que es un proceso que debe ser meditado y analizado, y cuyo objetivo se alcanzará con la adecuada planificación, estrategia y formación involucrando al equipo en el proyecto, conociendo las reglas del comercio internacional, normas y del funcionamiento de los mercados, sabiendo quién es el cliente, diseñando herramientas de promoción, siendo flexibles para adaptarse a las exigencias del cliente y del mercado, y disponiendo de financiación necesaria para llevar a cabo esta labor, ya que este proceso necesitará de recursos suficientes.



En un proceso de crecimiento o expansión empresarial la internacionalización es un paso lógico. Las empresas exportadoras se caracterizan por su mejor gestión y están mejor adaptadas a situaciones de cambios y crisis en los mercados. El éxito radica en una buena elección de la estrategia a seguir, en una correcta selección de los mercados objetivos y en saber apoyarse de las ayudas y los apoyos necesarios.



Los interlocutores son distintos, procedentes de diferentes culturas, de formas de pensar y actuar que, en ocasiones, no se asemejan a las nuestras; clientes, proveedores, intermediarios, funcionarios de aduanas, bancos, aseguradoras, transportistas, entre otros.

Vamos a empezar por marcar objetivos, y dar respuesta a algunos interrogantes del tipo; ¿qué pretendo con iniciar un proceso de internacionalización?, ¿estoy preparado?, ¿qué puedo exportar?, ¿dónde?, ¿cómo?, ¿por qué exportar?, ¿tengo un plan?

La primera consecuencia es que tendremos que elaborar un PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN.

2.2 EL PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN

Estas son algunas de las razones que nos motivan en iniciar un proceso de internacionalización.

¿Por qué exportar?, reflexiones



Debemos apostar claramente por un proyecto a largo plazo, un compromiso de la dirección y de los empleados, un camino que no será fácil pero que nos hará ser mejores.

Basaremos nuestro plan en cuatro partes o módulos;

1) El análisis DAFO: CONÓCETE A TI MISMO

¿Estoy preparado?, ¿cuál es nuestra posición de partida?, ¿cuáles son mis fortalezas y dónde están mis oportunidades?, ¿cuáles son mis debilidades y dónde están mis amenazas?, ¿necesita la organización y dirección de mi empresa un cambio de mentalidad?, ¿qué cambios internos tengo que aplicar?, ¿cuento con los recursos humanos suficientes y están preparados y motivados?, ¿hay buen engranaje entre los departamentos de mi empresa?. La imagen de mi empresa es fundamental, ¿muestro de mi empresa los mejores valores?. Analizaremos la web, redes sociales, posicionamiento on-line, estudiaremos las opciones que nos brindan las revistas especializadas, los nuevos sistemas de comunicación... ¿tengo capacidad financiera suficiente para abarcar el proyecto?, ¿quién se hará cargo de crear, planificar, gestionar y ejecutar el plan de internacionalización de mi empresa?



El personal seleccionado deberá conocer en profundidad la empresa, el producto o servicio, las reglas del comercio internacional, estar preparado, tener capacidad de decisión delegada, ser un perfecto embajador de nuestra negocio.

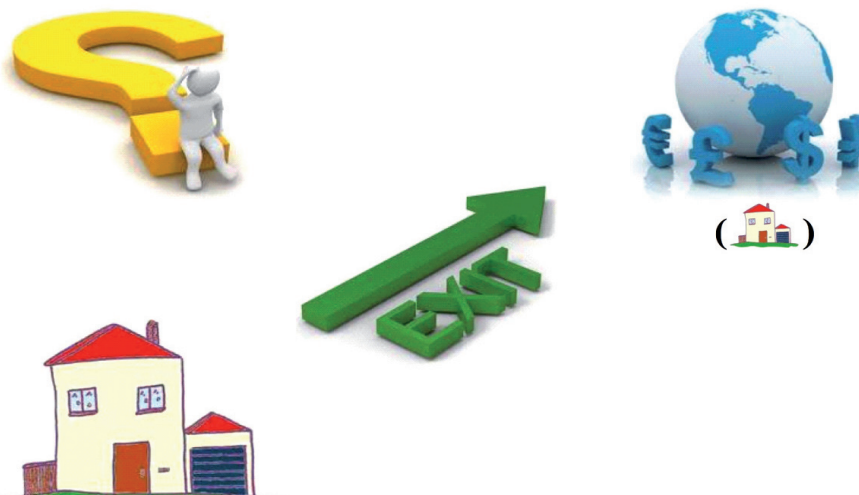
Incorporaremos conceptos fundamentales para el desarrollo de nuestro negocio como la estrategia, planificación, los recursos humanos, la información, internet como herramienta de comunicación, la formación continua de los empleados, la promoción de los productos o servicios, y todo ello formará parte de la filosofía de nuestra empresa, se impregnará en nuestra forma de trabajar. Debemos aplicar un modelo de negocio enfocado a las exigencias de los mercados internacionales.



2) La selección de mercados: CONOCE A LOS DEMÁS

¿Por dónde empiezo, dónde está el negocio?, ¿cuáles son las barreras de acceso, aranceles, impuestos, reglamentaciones?, ¿cuál es el entorno global al que me dirijo; política, economía, sociedad, tecnología...?, ¿conozco el tamaño y evolución del mercado?, ¿conozco mi competencia?, ¿quiénes serían mis proveedores, cumplen con las exigencias del mercado de destino?, ¿quiénes serían mis clientes, y qué les incita a comprar?, ¿qué necesita el cliente?, ¿en qué posición está mi cliente en materia de distribución y solvencia económica?, ¿cuál es el canal de distribución idóneo?, ¿soy competitivo?, ¿es mi producto o servicio diferente al de mi competencia, y en qué?, ¿he tenido en cuenta posibles homologaciones, certificaciones, registros...?, ¿qué medios tengo a mi alcance para darme a conocer?, ¿qué ayuda puedo encontrar de las administraciones españolas en origen y en destino?, ...

¿Por dónde empiezo?



A veces, lo cercano, lo conocido, da confianza para tomar decisiones. Hagamos un planteamiento inverso. ¿Si fuéramos extranjeros que necesitaríamos conocer del mercado español para empezar a vender en él?

De esta manera, encontraríamos respuestas sencillas a preguntas complicadas; tendríamos que saber español, conocer la normativa española / europea del producto, saber si necesito alguna adaptación u homologación para el mercado, quién es mi competencia, cuáles son mis potenciales clientes y el canal de distribución idóneo, qué les incita a comprar mis productos o servicios, cuánto se consume, a qué precio, soy competitivo... Este es un buen punto de partida, conocer el mercado de destino tan bien como conozco mi mercado de origen.

Para llevar a cabo nuestros planes es muy probable, casi indispensable, que necesitemos visitar el país con el que vamos a iniciar negocios. Esta visita nos permitirá tomar decisiones plenamente orientadas al mercado.

3) El plan de marketing y comunicación: SI NO TE DAS A CONOCER NO EXISTES / EN UN MUNDO GLOBAL, O SOY DIFERENTE O SOY BARATO

¿Qué acciones llevaré a cabo para darme a conocer ya que, en principio soy un total desconocido; misiones, ferias, exposiciones, degustaciones, medios de comunicación, foros,...? ¿Tengo que registrar la marca?, ¿en qué posición me encuentro?, ¿qué valores quiero transmitir a mis potenciales compradores?, ¿quién es y qué necesita mi cliente?, ¿qué le incita a comprar?, ¿cómo ayudar a mi cliente a vender más y mejor mi producto o servicio?...



4) El Plan de Negocio: INTERNACIONALIZAR PRECISA DE INVERSIONES – SI QUIERES, PUEDES, SI PUEDES, DEBES

¿Con qué presupuesto cuento para ejecutar el proyecto de internacionalización?, ¿cómo obtener financiación?, ¿puedo financiar a mi cliente?,...



3. Internacionalización vs Exportación

Según la Real Academia de la Lengua Española, estas son las definiciones de ambos términos.

Internacionalizar. tr. Someter a la autoridad conjunta de varias naciones, o de un organismo que las represente, territorios o asuntos que dependían de la autoridad de un solo Estado.

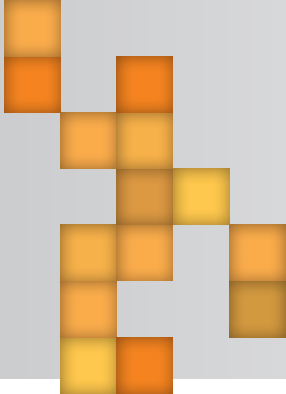
Exportar. (Del lat. exportāre). tr. Vender géneros a otro país.

En términos comerciales, exportar es vender un producto a un país fuera del territorio de la Unión Europea (28). No olvidemos que las ventas dentro de la Unión Europea son consideradas entregas intracomunitarias o expediciones, y las importaciones entre países miembros son consideradas adquisiciones intracomunitarios o introducciones.

Exportar es una mera transacción comercial que no requiere presencia directa en los mercados de destino, ni acciones de comunicación, ni una estrategia definida.



Sin embargo, internacionalizar ha ido cambiando, o matizando, su definición con el paso del tiempo. En los años 90 se hablaba de internacionalizar como una estrategia empresarial encaminada a la expansión internacional del negocio, en la primera década del siglo XXI fue utilizada para hablar de una filosofía que impregna a toda la empresa y que le hace presentarse en los mercados exteriores con una planificación adaptada al mercado y al consumidor de destino. Hoy en día, podemos definir la internacionalización como una filosofía empresarial en la cual dejamos de trabajar en un mercado local para ser una empresa que actúa en el mundo de una forma global, y se añaden conceptos como inversión, trasladar o ampliar la producción, crear una red propia de distribución en destino, la presencia física en el mercado, entre otras acciones. Es una ruptura virtual, no tangible, de las fronteras.



4. Operativa y práctica del Comercio Internacional

4.1 LA MESA DE NEGOCIACIÓN: EL INICIO DE TODA OPERACIÓN DE COMERCIO EXTERIOR.

La mesa de negociación es el punto de partida de toda operación de import-export. Los acuerdos adoptados formarán parte fundamental de toda relación comercial, de ahí su trascendencia. Esos acuerdos finalmente serán expresados, preferentemente, por escrito, bien en forma de contrato internacional (de compraventa, de distribución, la inclusión de agencia o representación, de transferencia tecnológica, ...), bien mediante la inclusión de un anexo o añadido en la factura original, proforma, o condicionado general de la operación, que contenga el visto bueno, aceptación y firma del importador (que habrá de ser persona autorizada y reconocida públicamente para actuar y firmar en nombre y representación de la potencial empresa cliente)

No esperemos a que nuestro cliente tome la iniciativa. **SER EL PRIMERO EN PRESENTAR UN CONDICIONADO CONTRACTUAL DA VENTAJAS, Y PERMITE PARTIR DE UNA BASE CERCANA A LOS INTERESES DEL QUE PROPONE** (salvo en una posición dominante del cliente – hipermercado, grupo de compra, cadena de tiendas... en la que nos impondrá las condiciones)

Las partes intervinientes: exportador-importador (distribuidor...)

Poniéndonos en la figura del exportador, nuestro interlocutor, nuestro comercial, debe cumplir un perfil determinado;

Conocer perfectamente nuestra empresa y el producto o servicio.

Tener un amplio conocimiento del mercado de destino (normativas, aranceles e impuestos, requisitos, adaptaciones, legislación, etiquetado, canales de distribución, perfil del cliente, competidores, del país, de la cultura...) y del potencial cliente (su solvencia económica, crédito comercial, reputación, cartera de clientes, márgenes...)

Disponer de capacidad de decisión

Conocimiento en idiomas (si fuera necesario)

Conocimiento técnico en comercio internacional

Habilidades y técnicas de negociación

En dicha mesa de negociación se tratarán, entre otros asuntos, las siguientes cuestiones;

Objeto de la negociación (qué vendemos, características, precios, condiciones generales)

Leyes y tribunales de competencia que regularán nuestra actividad comercial

Condiciones de la entrega INCOTERMS 2010, transporte de la mercancía (modalidad, condiciones, características), transmisión de la propiedad (cláusula de dominio – la mercancía es propiedad del vendedor hasta que no se demuestre el pago del 100% de la operación comercial)

Medio y condiciones de pago y moneda de la operación

Controles de calidad, período de reclamaciones

Plazos de pago y de entrega de la mercancía

Otras cuestiones específicas a cada operación



4.2 LA IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA EN EL ÁMBITO INTERNACIONAL

Toda empresa que opere en mercados internacionales debe ser identificada por las aduanas de la Unión Europea. Este trámite se realizará una sola vez, antes de iniciar la primera operación intracomunitaria o de Export-import.

Tipos de identificaciones:

EORI: Número de Registro de Operador Económico Autorizado. Cuando la empresa realice su primera operación de Export-import (fuera del territorio de la Unión Europea) la empresa deberá solicitar la asignación de número EORI a la administración tributaria competente, Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales.

Dicho número estará compuesto por las letras identificativas del país (ES para España), seguidas del CIF, NIF correspondiente.

Ejemplo. ES B13000000

De esta manera se pretende reducir la carga administrativa, simplificar procedimientos y facilitar el intercambio de información entre autoridades aduaneras de la UE.

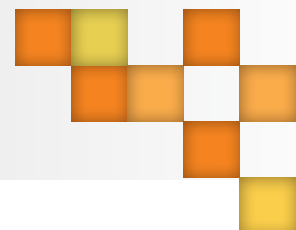
Este número será el mismo en todas las operaciones de import-export.

CIF INTRACOMUNITARIO: las empresas que realicen operaciones intracomunitarias (entre Estados Miembros de la UE28) deberán solicitar, expresamente, a través del modelo 036 de Hacienda – Declaración Censal –, el alta como operador intracomunitario. El período de gestión y asignación del CIF intracomunitario es de, aproximadamente, un mes de su solicitud. El formato, para España, es el mismo que el de EORI, aunque no hay que confundirlo. No es lo mismo EORI que CIF INTRACOMUNITARIO.

Ejemplo: ES B13000000

OTRAS IDENTIFICACIONES O AUTORIZACIONES: Autorización de despacho aduanero.

El exportador es el máximo responsable de la gestión en la aduana de salida, independientemente que esta tarea sea ejecutada por él, a través de su agente aduanero, o de su cliente. Dicha autorización, establecida mediante la cumplimentación de un documento encabezado con el título AUTORIZACIÓN DE DESPACHO ADUANERO, habilita al agente aduanero de nuestro cliente para realizar, en nombre del exportador, las gestiones del despacho aduanero de salida. En caso necesario de emitir este documento se recomienda la habilitación para operaciones puntuales, nunca de forma genérica.



4.3 LA FISCALIDAD EN COMERCIO INTERNACIONAL

Dentro de la Unión Europea:

El proceso de crear una Unión Fiscal entre los países miembros de la UE es, hoy por hoy, un asunto pendiente en el proceso de construcción europea. Los tipos impositivos de IVA en la UE28 son diferentes, por lo que es necesario estar atentos a algunas consideraciones.

Dada la dificultad de poder expresar en una guía básica toda la casuística y excepciones aplicables, pasamos a explicar la regla general de aplicación del impuesto

Expediciones o entrega intracomunitaria de bienes:

- a) Operaciones de Empresa a particular: Tributarán a tipo impositivo de IVA en origen (IVA del vendedor) Factura con IVA.
- b) Operaciones de empresa a empresa:
 - b.1) Si comprador y vendedor están en posesión del CIF intracomunitario la factura no repercutirá IVA.
 - b.2) Si una de las partes, comprador-vendedor, no tuviese CIF intracomunitario se facturará con IVA del país de origen (IVA vendedor)

Introducciones o adquisiciones intracomunitaria de bienes.

- a) Operaciones de Empresa a particular: Tributarán a tipo impositivo de IVA en origen (IVA del vendedor)
- b) Operaciones de empresa a empresa:
 - b.1) Si comprador y vendedor están en posesión del CIF intracomunitario la factura no llevará IVA. El comprador está obligado a efectuar un asiento contable en el que figure como empresa que soporta y repercute el IVA. Ejemplo

100 Compra de Mercaderías a Proveedores 100
 21 H.P. IVA soportado a H.P. IVA repercutido 21
 - b.2) Si una de las partes, comprador-vendedor, no tuviese CIF intracomunitario la factura incluirá IVA del país del vendedor. La empresa española podrá solicitar la devolución del IVA en la Agencia Estatal de la Administración Tributaria de la localidad correspondiente a su sede fiscal.

Sistema de verificación del CIF Intracomunitario:

Verificación del CIF Intracomunitario de empresas europeas:

http://ec.europa.eu/taxation_customs/vies/?locale=es

Verificación del CIF Intracomunitario de empresas españolas:

<https://aeat.es/viescoes.html>



En países terceros (fuera de la UE28):

Operaciones de exportación (fuera de la UE): Estarán exentas de IVA

Operaciones de importación: Todo producto procedente de un país tercero deberá, a la importación, satisfacer los derechos arancelarios, tasas aduaneras, impuestos, IVA en el proceso de despacho aduanero a consumo.

IVA, aplicación general

Operación de venta realizada por una empresa española

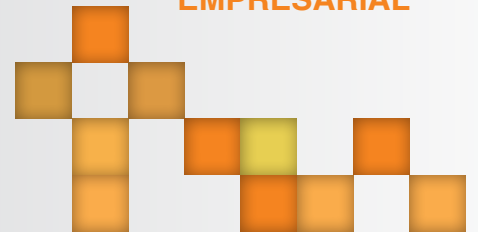
| | DESTINATARIO DE LA MERCANCÍA UNA EMPRESA | DESTINATARIO DE LA MERCANCÍA UN PARTICULAR |
|----------------------|--|--|
| DESTINO U.E. | FACTURA SIN IVA* | FACTURA CON IVA ESPAÑOL |
| DESTINO PAIS TERCERO | FACTURA SIN IVA | FACTURA SIN IVA |

(Se entiende que ambas empresas son operadores intracomunitarios identificados)

IVA, aplicación general

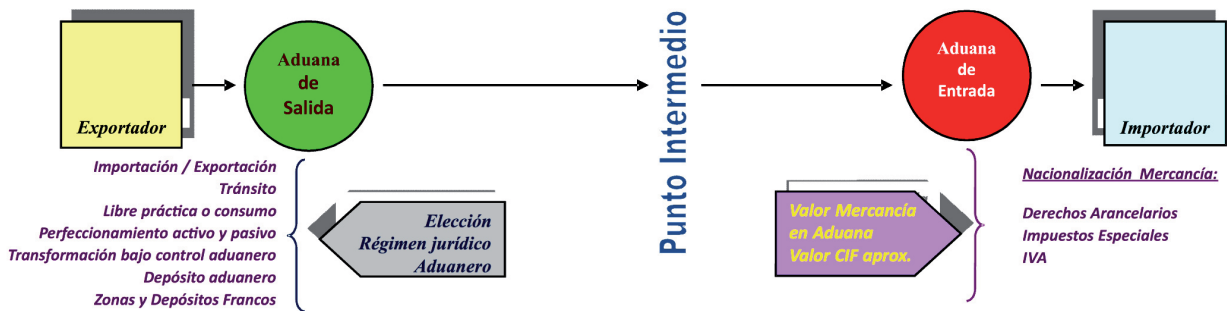
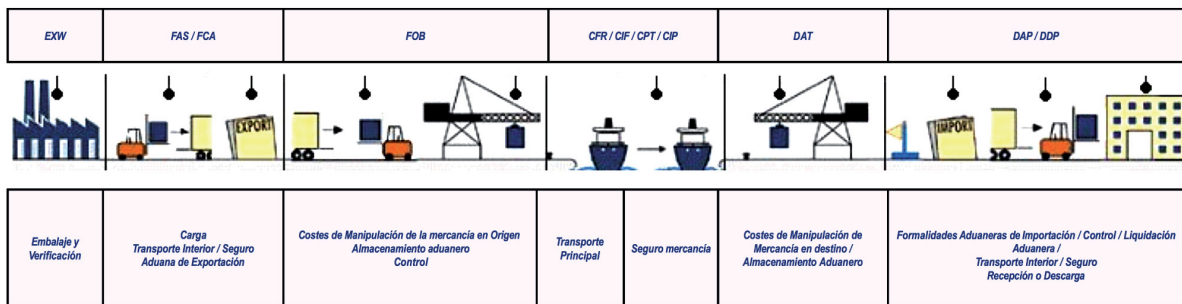
Operación de compra realizada por una empresa española

| | ORIGEN DE LA MERCANCÍA UNA EMPRESA |
|-------------------------------------|---------------------------------------|
| ORIGEN DE LA MERCANCÍA U.E. | FACTURA SIN IVA* |
| ORIGEN DE LA MERCANCÍA PAIS TERCERO | IVA A LA IMPORTACIÓN (ADUANA) ESPAÑOL |



4.4 LA OPERATIVA INTERNACIONAL, EL DIA A DIA DE UNA EMPRESA EXPORTADORA

Esquema de una operación de Export - Import



4.5 LOS INCOTERMS

Antecedentes: La Cámara de Comercio Internacional ICC, es conocida por su labor de defensa de un comercio internacional abierto, y por idear, articular y actualizar un conjunto de herramientas prácticas que faciliten cada una de las operaciones comerciales mercantiles.

Los Incoterms son reglas internacionales para la interpretación de los términos comerciales más utilizados en las transacciones internacionales, cuyo alcance se limita a los derechos y obligaciones de las partes en un contrato de compraventa, y a la relación entre vendedores y compradores en dicho contrato con respecto a la entrega de las mercancías vendidas.

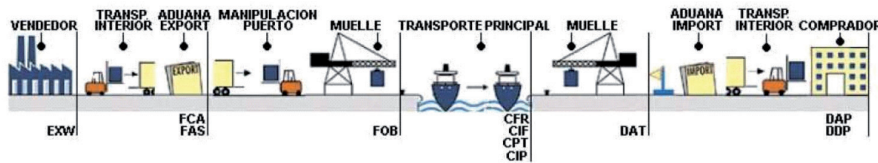
En 1936 se publicaron la primera versión de los INCOTERMS (Términos Internacionales de Comercio), de uso generalizado en cualquier país del mundo. La última versión, INCOTERMS 2010, entró en vigor el 1 de enero de 2011 y, según las previsiones, tendrá una vigencia de 10 años.

Están representados por 3 letras, en la última versión contamos con once términos, y reflejan los usos, entre empresas, en los contratos de compraventa de mercancías. Analizan;

- Derechos, obligaciones, gastos y costes de las partes en el contrato de compraventa
- Punto donde se produce la entrega de la mercancía
- Quién soporta el riesgo del transporte
- Responsabilidad de los trámites aduaneros

Por otra parte, los INCOTERMS no sirven para;

- Transmitir los derechos de propiedad de la mercancía
- Para resolver cuestiones legales de incumplimiento de contrato o exoneraciones de responsabilidades por hechos imprevisibles



INCOTERMS 2010

| ● | Vendedor | Embalaje y verificación | Carga | Transp. interior | Formalid. aduana. export | Costes Manipulación de mercancía | Transp. principal | Seguro mercancía. Seguro Transp. | Costo manipula | Formalid. aduaneras import | Transp. interior | Recepción ó descarga | Modalidad transporte |
|-----|--|-------------------------|-------|------------------|--------------------------|----------------------------------|-------------------|----------------------------------|----------------|----------------------------|------------------|----------------------|----------------------|
| • | Comprador | | | | | | | | | | | | |
| ◎ | A Compartir | | | | | | | | | | | | |
| EXW | Ex-Works En fábrica | ● | • | • | • | • | • | • | • | • | • | • | Todos |
| FCA | Free Carrier Franco transportista | ● | ● | ● | ● | • | • | • | • | • | • | • | Todos |
| FAS | Free Alongside Ship Franco al costado del buque | ● | ● | ● | ● | • | • | • | • | • | • | • | Marítimo |
| FOB | Free on board Franco a bordo | ● | ● | ● | ● | ◎ | • | • | • | • | • | • | Marítimo |
| CFR | Cost and freight Coste y flete | ● | ● | ● | ● | ● | • | • | • | • | • | • | Marítimo |
| CIF | Cost, insurance and freight Coste seguro y flete | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | • | • | • | • | Marítimo |
| CPT | Carriage paid to Transporte pagado hasta | ● | ● | ● | ● | ● | • | • | • | • | • | • | Todos |
| CIP | Carriage and insurance paid to Transporte y seguros pagados hasta | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | • | • | • | • | Todos |
| DAT | Delivered at terminal Entregado en terminal | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | • | • | • | Todos |
| DAP | Delivered at place Entregado en un punto | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | • | ● | ● | Todos |
| DDP | Delivered duty paid Entregado derechos pagados | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | ● | Todos |

Ejemplo de estructura a utilizar en un contrato: Importe de la operación y moneda + TIPO de INCOTERMS con 3 letras + lugar de entrega asignado (especificando y aclarando la dirección exacta para evitar dudas) + Incoterms 2010. Ejemplo, 500.000 €, CIP Puerto de Miami, terminal de descarga de la empresa X, Incoterms 2010.

Hay 4 grupos diferenciados de Incoterms 2010:

E (EXW – ExWork): El vendedor pone las mercancías a disposición del comprador en los propios locales del vendedor, sin carga en el camión.

F (FCA – FOB – FAS): Al vendedor se le encarga que entregue la mercancía a un medio de transporte elegido por el comprador

C (CFR – CIF – CPT – CIP): El vendedor contrata el transporte, pero sin asumir el riesgo de pérdida o daño de la mercancía o de costes adicionales por hechos acaecidos después de la carga y despacho. En CIF y CPT paga también el seguro (póliza por el 110% del valor)

D (DAT – DPA – DDP): El vendedor soporta todos los gastos y riesgos necesarios para llevar la mercancía al país de destino. Los costes y riesgos se transmiten en el mismo punto. Estos Incoterms no se utilizan para operaciones con Crédito Documentario, básicamente porque las entidades financieras no lo aceptan.

4.6 LA IMPORTANCIA DEL TRANSPORTE EN EL COMERCIO INTERNACIONAL

El transportista, además de proveedor de este servicio, ejerce las funciones de agente aduanero. Puede llegar a ser un gran aliado en las operaciones de import-export, ya que seleccionar un buen transportista puede ahorrar costes, nos da seguridad en el transporte (al asesorarnos en la modalidad, la ruta, el embalaje adecuado...), y permite desaduanar la mercancía (si conoce bien el mercado de destino) y solucionar problemas e imprevistos.

Muchas empresas de logística y transporte están especializadas en rutas determinadas, tipos concretos de transporte de mercancías, por lo que es preciso hacer una selección adecuada al mercado y al producto que vamos a exportar.

Tipos de transporte;



Transporte Combinado: Varios transportes, varios documentos de transporte. (Se permite consolidar/(desconsolidar)

Transporte Multimodal: Varios transportes, un único documentos de transporte FIATA B/L. (No Se permite consolidar/desconsolidar)

4.7 DOCUMENTACIÓN

Todos los productos son identificados ante las aduanas con una serie encadenada de números de hasta 10 dígitos, Nomenclatura combinada, Sistema Harmonizado (HS CODE), partida arancelaria.

Los 6 primeros dígitos son comunes en todos los países que utilizan este sistema de identificación (la mayoría), y cambian a partir del 7º dígito, por lo que sería interesante conocer su equivalencia en el mercado de destino. Todo exportador ha de conocer la partida arancelaria de cada uno de sus productos.

La partida arancelaria y el origen de la mercancía servirán para determinar la legislación de aplicación en destino para la importación, los documentos a acompañar así como los aranceles e impuestos a los que cada producto está sometido.

En la base de datos de la Unión Europea, TRADE MARKET ACCESS DATABASE, tienen toda la información para conocer los documentos, aranceles e impuestos y estadísticas europeas de exportación al resto del mundo (hay muy pocos países no incluidos en la lista oficial)

<http://madb.europa.eu/madb/indexPubli.htm>

The screenshot shows the TRADE Market Access Database website. At the top, there is a navigation bar with 'Video | Legal notice | Contact | FAQ | English (en)'. The main header includes the European Commission logo and the text 'TRADE Market Access Database'. Below this, a breadcrumb trail reads 'European Commission > Trade > Market Access database'. The left sidebar contains a 'Home' section with links to 'What's new?', 'Export from EU' (including Tariffs, Procedures and Formalities, Statistics, Trade Barriers, SPS: Sanitary and Phytosanitary Issues, Rules of Origin), and 'Import into the EU' (including EU Tariffs, Other Resources). The main content area is titled 'Exporting from the EU - what you need to know' and provides an overview of the MADB. It lists several key sections: 'Tariffs' (Duties & taxes on imports), 'Procedures and Formalities' (Customs clearance), 'Statistics' (Trade flows), 'Trade barriers' (Main barriers), 'SPS: Sanitary and Phytosanitary Issues' (Food safety), and 'Rules of Origin' (Preferential agreements). A 'Help us counter trade barriers' button is also present. Below the main content, there is a language selection tool with buttons for various languages including en, fr, de, it, es, el, pt, nl, da, fi, sv, cs, et, lv, lt, hu, mt, pl, sk, sl, bg, ro, and hr. The right sidebar features 'Latest updates' and 'News' sections, with recent news items from 2013 and 2014, such as '03-ene-2014 Mauritius Nomenclature changes' and 'EU calls for input on 'conflict minerals''.

Entre los documentos más generalizados nos encontramos:

Factura comercial

Packing-List o lista de contenido

Certificado de Origen (emitidos por las Cámaras de Comercio de la demarcación de la empresa exportadora)

Documentos de transporte (si corresponden)

Documentos aduaneros (si corresponden)

Entre los específicos podemos encontrarlos:

Bienes de consumo o industriales: Certificados de conformidad, certificados de calidad, certificados de homologación, pruebas de laboratorio, etc.

Alimentos: Certificados sanitarios de exportación, certificados fitosanitarios, certificados de conformidad, análisis de composición, procesos de homologación de instalaciones (cárnicos especialmente), etc.

Por acuerdos comerciales:

Países del Sistema de Preferencias Generalizado (SPG); certificado EUR-1, ATR (Turquía)

Países de acuerdos autonómicos, nacionales o europeos; FORM A

Otros documentos:

Aduaneros: Declaración de valor, DUA de import-export, ...

Transporte: CMR, B/L, B/A, B/R, multimodal, ...

Convención CITES para protección de especies protegidas de fauna y flora, ...

Procedimientos de legalización documental:

En ocasiones, los mercados de destino exigen que algunos documentos lleven un proceso de legalización inicial en el mercado del país del exportador que puede ser de diferentes tipos:

Legalizaciones consulares: procedimiento por el cual algunos documentos deben ser visados por la Cámara de Comercio de la delegación de la empresa exportadora española, el Consejo Superior de Cámaras de España, el Ministerio de Asuntos Exteriores del Reino de España, y el Consulado del país de destino en España.

Apostilla de la Haya: La Apostilla de la Haya (firmada el 5 de octubre de 1961, y ratificada por España en 1978) pretende suprimir el requisito de legalización diplomática y consular de los documentos públicos (tales como registros sanitarios, certificaciones extendidas por la Comunidad Autónoma, etc. - NO NECESITAN APOSTILLA DE LA HAYA documentos tales como; facturas, albaranes, certificados de origen, etc.) que origine uno de los países de la Convención, y los documentos privados (escrituras, certificados internos de empresa...) cuyo trámite se inicia en los Colegios de Notarios de la demarcación de la empresa exportadora.

En Castilla-La Mancha el procedimiento de apostilla de documentos para el comercio internacional se realiza de la siguiente manera:

- a) **Documentos públicos emitidos por el gobierno autonómico:** Visado por el departamento autonómico correspondiente, la Consejería de Administraciones Públicas en Toledo y el Tribunal de Justicia de Albacete.
- b) **Documentos públicos emitidos por el gobierno central:** Visado por la delegación correspondiente, el Ministerio de Administraciones Públicas y el Tribunal Superior de Justicia de Madrid
- c) **Documentos Privados:** El notario autorizado en la demarcación de la empresa exportadora y el Colegio de Notarios regional.

4.8 ADUANA

Toda operación de exportación-importación está sometida a un control aduanero de salida (aduana de exportación) y de entrada (aduana de importación).

Cada una de las partes es responsable ante la aduana de su país, con independencia de quién realice el despacho aduanero.



Las aduanas ejercen una doble funcionalidad: el control de las mercancías y la supervisión y ejecución de la fiscalidad imputables a la operación.

Dependiendo del país en cuestión, los porcentajes de mercancía inspeccionada por las aduanas del mundo oscila entre el 3 y el 7%. Los criterios de control se basan principalmente en:

Países intervinientes en la operación

Empresas participantes, exportador-importador y su crédito ante las aduanas

Tipo de mercancía

Una parte es aleatoria, las aduanas funcionan como semáforos y pueden ser de tres colores diferentes:

Circuito rojo: la aduana inspecciona mercancías y documentos

Circuito ámbar o naranja: la aduana sólo inspecciona documentos

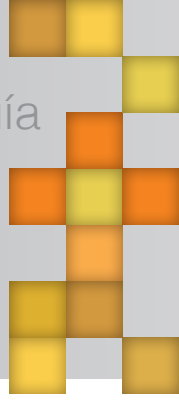
Circuito verde: la mercancía no es sometida a inspección

Liquidación aduanera: Sobre el valor de la mercancía en aduana (generalmente sistema AD VALOREM) las aduanas pueden aplicar sus impuestos bajo una base imponible calculada en función del valor CIF de la mercancía (mayoría de ocasiones), o sobre el valor FOB (Ver cuadro de INCOTERMS 2010)

A esta base imponible habrá que incrementar los derechos arancelarios, los impuestos especiales (aplicables a hidrocarburos, bebidas alcohólicas...), tasas aduaneras y de otro tipo que imponga el país de importación. Será importante cuantificar su valor para conocer si un producto es competitivo a la entrada en el mercado.

Aduana de entrada: Liquidación aduanera



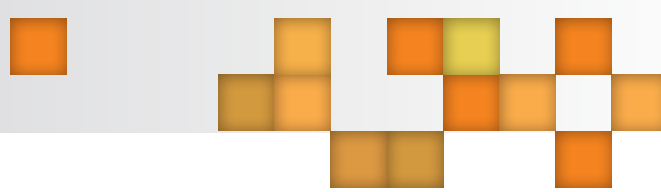


4.9 MEDIOS DE PAGO

Formas de Pago - Cobro

| CONFIANZA | SEGURIDAD | MEDIO DE PAGO /COBRO |
|-----------|-----------|---|
| Máxima | Mínima | Cheque Empresa Cheque Bancario Orden Pago Simple Transferencia? Remesa Simple |
| Media | Media | Orden Pago Documentaria Remesa Documentaria |
| Mínima | Máxima | Crédito Documentario |





Por la frecuencia de uso y su importancia en el comercio internacional, analizaremos uno de los principales medios de cobro-pago internacionales

El Crédito Documentario

- Compromiso bancario de pagar al beneficiario, el exportador, cuando éste cumpla determinadas condiciones (plazos, documentos, procedimientos, etc). En caso de que el importador no pague, el compromiso lo asumen el banco del importador.

-Reglas y Usos Uniformes relativos a los créditos documentarios. CCI. UCP 600

-Las negociaciones iniciales son muy importantes: borrador previo o después de recibir el crédito, pedir modificaciones.

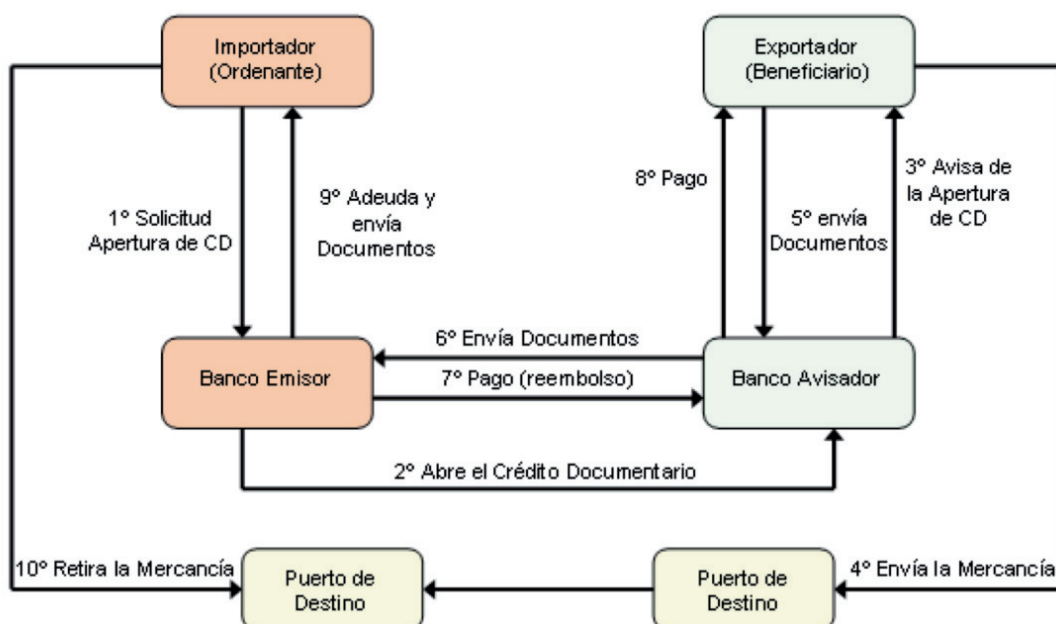
-Documento con alguna no conformidad supondrá el rechazo de todo el conjunto, y por lo tanto la pérdida de la garantía

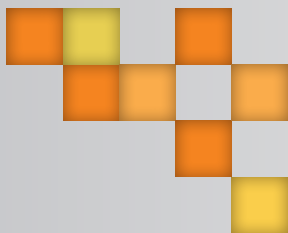
-Las condiciones del crédito y la exigencia de documentos las fija el importador (normalmente de acuerdo con el exportador)

-Los Créditos Documentarios son, por norma, todos IRREVOCABLES (no pueden modificarse salvo por acuerdo mutuo de las partes)

-La Confirmación del Crédito es la garantía de cobro del beneficiario por parte del Banco Confirmador en caso de que no pague el banco del importador

El Crédito Documentario





4.10 EL PRECIO DE EXPORTACIÓN

Existen multitud de aplicaciones, fórmulas y hojas de cálculo diseñadas para el cálculo de los precios de exportación. Estas herramientas son fáciles de conseguir y pueden entrar hasta diferentes niveles de complejidad.

Nosotros vamos a analizar algunos conceptos fundamentales que se han de tener en cuenta a la hora de fijar el precio de exportación. Algunos serán imputables a todas y cada una de las operaciones, otros sin embargo son inversiones que deberán amortizarse a lo largo del tiempo.

Costes fijos, costes directos e indirectos de producción, precio en fábrica.

Costes de emisión de documentos (en ciertos mercados pueden ser muy considerables)

Costes financieros (financiación del cliente, medio de pago seleccionado...)

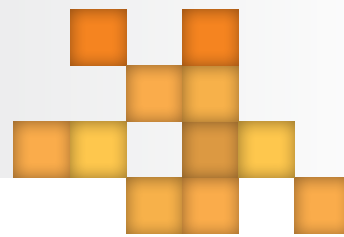
Costes de adaptación del producto al mercado (etiquetado, envases, embalajes, homologaciones, acreditaciones, registros...)

Costes de promoción y marketing (viajes de prospección, participación en ferias, degustaciones...)

Costes varios (traducciones, elaboración de contratos, trámites generales en destino)

Otros costes asumibles por el exportador según cada operación





4.11 LOS ORGANISMOS DE APOYO A LA INTERNACIONALIZACIÓN

Organismos de Fomento y promoción de las exportaciones

| | | | |
|---|---|--|---|
| <p>En España:</p>  | <p>Nacional:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ICEX (Instituto Español de Comercio Exterior) www.icex.es • Asociaciones Empresariales | <p>Regional:</p> <ul style="list-style-type: none"> • IPEX (Instituto de Promoción Exterior de CLM) www.ipex.jccm.es • Asociaciones Empresariales | <p>Provincial:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cámaras de Comercio e Industria www.camaracr.org • CEOE-CEPYME • Asociaciones Empresariales |
| <p>En el Exterior:</p>  | <ul style="list-style-type: none"> • OFECOMES (Oficinas Económica y Comerciales de las Embajadas de España) www.icex.es • CAMACOES (Cámaras Españolas de Comercio) www.camaco.es • Consultoras y empresas privadas | | |

En España:

Provincial: Cámara Oficial de Comercio e Industria de Ciudad Real, www.camaracr.org

Regional: Instituto de Promoción Exterior de Castilla-La Mancha (IPEX), www.ipex.es

Nacional: Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), www.icex.es

En el exterior:

Oficinas Comerciales de España en el Exterior, www.icex.es

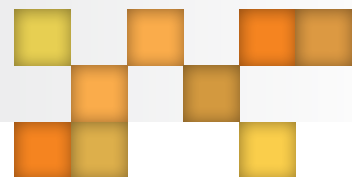
Cámaras Españolas de Comercio en el Exterior, www.camaco.es



5. La Cámara de Comercio e Industria de Ciudad Real

Área de Internacionalización Empresarial

- Institución Provincial con mayor experiencia en internacionalización empresarial
- Cercanía y atención personalizada
- Fruto de la colaboración institucional, la Cámara cuenta con convenios de colaboración firmados con la Diputación provincial de Ciudad Real
- Información y asesoramiento integral en internacionalización; contratación, negociación, medios de pago, financiación, documentos, aduanas, fiscalidad, información sectorial, información países-objetivo, inversión exterior...
- Promoción de las exportaciones (Plan Cameral); ferias, visitas a ferias, misiones comerciales directas, e indirectas, misiones-exposiciones, degustaciones de productos, bolsa subcontratación, encuentros de cooperación...
- Formación en comercio internacional; talleres, cursos, desayunos empresariales, Foros...
- Gestión de Programas europeos.
- Legalización de documentos de exportación, Certificados de Origen, y otros documentos, visados consulares, cuadernos ATA, declaración Intrastat, gestión devolución IVA europeo...
- Publicaciones; Newsletter de Internacionalización, boletín mensual informativo del vino "Vinovision", estadísticas nacionales, regionales y provinciales...



6. Direcciones útiles para la internacionalización

INSTITUCIONES DE APOYO A LA INTERNACIONALIZACIÓN

Provincial: Cámara de Comercio e Industria de Ciudad Real
www.camaracr.org

Regional: Instituto de Promoción Exterior de Castilla-La Mancha (IPEX)
www.ipex.es

Nacional: Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) www.icex.es

Internacional: Cámaras Españolas de Comercio en el Exterior,
<http://www.comercio.gob.es/es-es/comercio-exterior/informacion-sobre-paises/red-exterior/red-camaras-oficiales/paginas/camaras.aspx>

Internacional: Oficinas Económicas y Comerciales de España en el Exterior,
www.oficinascomerciales.es

OTRAS INSTITUCIONES DE APOYO

Financiación a m/p y l/p inversiones en el exterior: Compañía Española de Financiación del Desarrollo www.cofides.es

Oportunidades de negocio de exportación e inversión: Sociedad Estatal España Expansión Exterior www.expansionexterior.es

Gestión del riesgo comercial: Compañía Española de Seguro de Crédito a la Exportación, CESCE, www.cesce.es

Instituto de Crédito Oficial: www.ico.es

Financiación: <http://www.cersa-minetur.es/>

Apoyo a la Industria Tecnológica, Centro de Desarrollo Tecnológico Industrial, www.cdti.es

Empresas que quieran hacer negocio en España: www.spainbusiness.com

INFORMACIÓN SECTORIAL

Vinos: www.winesfromspain.com

Alimentos: www.foodsfromspain.com

Hábitat: www.interiorsfromspain.com

Diseño y Moda: www.fashionfromspain.com

Tecnología: www.spaintechnology.com

Mercados electrónicos: www.emarketservices.es

Información de ferias en el mundo

<http://www.auma.de/es/Messedatenbank/Weltweit/Seiten/Default.aspx>

REQUISITOS PARA EXPORTACIONES-IMPORTACIONES

Requisitos para exportaciones

<http://madb.europa.eu/madb/indexPubli.htm>

Requisitos para importaciones

<http://exporthelp.europa.eu/thdapp/index.htm?newLanguageld=ES>
Arancel de Aduanas, importación, www.taric.es

Consulta TARIC UE

http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=es&SimDate=20120803

Alimentos y bebidas www.comercio.es/agroalimentarios

Material de defensa y doble uso: www.comercio.es/defensa

Productos industriales: www.comercio.es/industriales

Empresa Nacional de Certificación y Acreditación, ENAC, <http://www.enac.es/>

Seguridad Industrial:

<http://www.f2i2.net/legislacionseguridadindustrial/Directiva.aspx?Directiva=88/378/CEE>

Servicios:

<http://www.comercio.es/es-ES/comercio-exterior/informacion-sectorial/servicios/Paginas/importancia-comercio-internacional.aspx>

ESTADÍSTICAS DE COMERCIO EXTERIOR

Página de las Cámaras de Comercio <http://aduanas.camaras.org/>

Página del ICEX www.icex.es/estadisticas

Estadísticas U.E. <http://madb.europa.eu/madb/indexPubli.htm>

Estadísticas Internacionales <http://www.trademap.org/Index.aspx>

FISCALIDAD, IDENTIFICACIÓN

Identificación como operador intracomunitario, sistema de verificación VIES-ESPAÑA, <https://aeat.es/viescoes.html>

Identificación como operador intracomunitarios, sistema de verificación VIES-EUROPA, http://ec.europa.eu/taxation_customs/vies/?locale=es

Identificación como exportador-importador, EORI, sistema de validación, http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/eos/eori_validation.jsp?Lang=es

INVERSIONES

Costes de establecimiento en el exterior:
www.icex.es/costesdeestablecimiento

Evolución de las inversiones: <http://datainvex.comercio.es>

Relación de empresas implantadas en el exterior:
www.icex.es/informacionparainvertir

Convenios de España en materia fiscal, doble imposición:
<http://www.minhap.gob.es/es-ES/Normativa%20y%20doctrina/Normativa/CDI/Paginas/cdi.aspx>

Convenios de España en materia de Seguridad Social:
http://www.seg-social.es/Internet_1/Masinformacion/Internacional/Conveniosbilaterales/index.htm

Página sobre movilidad profesional (trabajadores en el extranjero)
<https://ec.europa.eu/eures/home.jsp?lang=es>

Acuerdos de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones, APPRIS,
<http://www.comercio.es/acuerdos>

PROPIEDAD INDUSTRIAL

España, Oficina Española de Patentes y Marcas www.oepm.es

Europa, Oficina de Armonización del Mercado Interior
www.oami.europa.eu

ARBITRAJE INTERNACIONAL

Cámara de Comercio Internacional,
<http://www.iccspain.org> / <http://www.iccwbo.org>

Corte de Arbitraje Española: <http://www.corteespanolaarbitraje.es/>

Corte de Arbitraje de la Cámara de Comercio de Ciudad Real:
www.camaracr.org

OTRA INFORMACIÓN ÚTIL

Recomendaciones de viaje; visados, vacunas, seguridad, direcciones útiles...: <http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/ServiciosAlCiudadano/SiViajasAlExtranjero/Paginas/RecomendacionesDeViaje.aspx>

Unión Europea, página oficial www.europa.eu

Exportaciones temporales bajo cuaderno ATA,
<http://www.camaras.org/publicado/ata/territorios.html>



CEEI ▶ Guía

GUÍAS TEMÁTICAS PARA EMPRENDEDORES

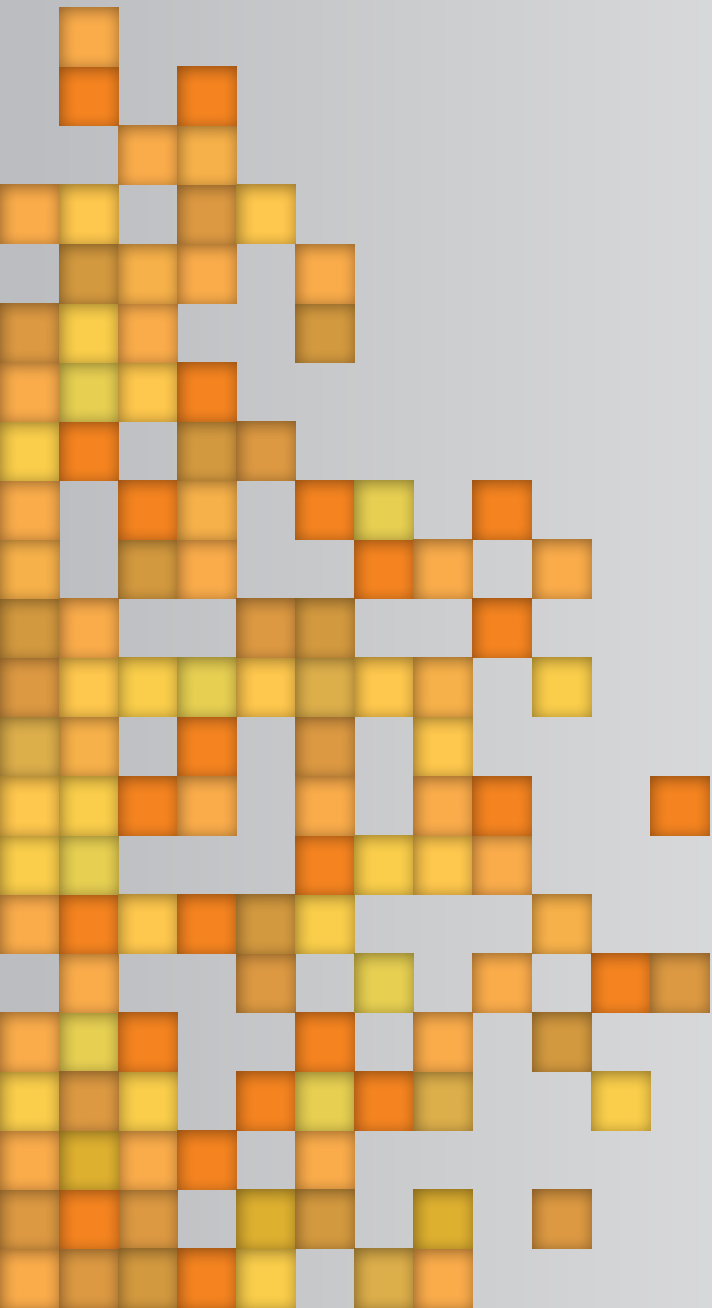
©2013

EDITA: CEEI Ciudad Real

TEXTOS: Cámara Comercio Ciudad Real. Área Internacionalización

DISEÑO Y MAQUETACIÓN: JG & Asociados

Proyecto cofinanciado por:



Centro Europeo de Empresas e Innovación

Oficinas CEEI Ciudad Real
Edificio Cámara de Comercio
C/ Lanza, 2 - 2ª Planta - 13004 Ciudad Real
Telf.: 926 27 30 34 - Fax: 926 21 63 98
ceei@ceeicr.es - www.ceeicr.es

Creación y Desarrollo de Empresas Innovadoras

Parque Empresarial
"Ciudad Real"
Polígono de Larache
C/ Pedro Muñoz, 1
13005 Ciudad Real

Parque Empresarial
"Vicente Buendía"
Polígono La Nava II
Avenida Europa, 7
13500 Puertollano