

ÍNDICE

PRÓLOGO	29
CAPÍTULO 1	
INTRODUCCIÓN AL COMERCIO EXTERIOR	35
1. Conceptos de Iniciación al Comercio Exterior	37
1.1. Conceptos Básicos	37
1.1.1. Origen del Comercio Exterior	37
1.1.2. Elementos de la Relación de Intercambio	37
1.2. Barreras al Comercio Exterior	38
1.2.1. Barreras Políticas	38
1.2.2. Barreras Económicas o Arancelarias	39
1.2.3. Barreras Jurídicas o No Arancelarias	39
1.3. Medidas de Defensa Comercial	41
1.3.1. Medidas Antidumping	41
1.3.2. Subvención	41
2. Esquema Operativo del Comercio Exterior	42
3. Riesgos del Comercio Exterior	43
3.1. Riesgos del Ámbito Empresarial	43
3.2. Riesgos en Operaciones de Comercio Exterior	44
3.3. Riesgos Financieros	44
4. Los 5 Pilares del Comercio Exterior	45
4.1. El Marketing (Tablero).....	46
4.2. El Transporte y la Logística	47
4.3. El Área Jurídica	47
4.4. Área Financiera y Medios de Cobro	48
4.5. Código Aduanero	48

4.5.1. Tratamiento de Exportaciones. Régimen de Comercio	48
4.5.2. Trámites Aduaneros	49
4.5.3. Regímenes Especiales para Determinadas Mercancías	50
5. Documentos del Comercio Exterior	50
5.1. Documentos Comerciales	50
5.2. Documentos de Transporte	51
5.3. Pólizas de Seguros	51
5.4. Certificados	51
6. Mentalización Empresarial	52
CAPÍTULO 2	
MARKETING INTERNACIONAL	55
1. Introducción	57
1.1. Filosofía de Marketing	57
1.2. Las Necesidades	59
1.3. Diferencias entre Marketing Doméstico e Internacional	60
2. La decisión de exportar en la empresa	61
2.1. Fases de la Internacionalización Empresarial Española	62
2.2. Fases de la Internacionalización Empresarial	63
3. Marketing Mix Internacional	65
3.1. Marketing Mix el Producto (<i>Product</i>)	66
3.1.1. Ciclo de Vida Internacional del Producto	67
3.1.2. Atributos del Producto	70

3.1.2.1. Atributos Intrínsecos	71
3.1.2.2. Atributos Externos	72
3.1.2.3. Atributos Intangibles	75
3.2. Marketing Mix el Precio (<i>Price</i>)	81
3.2.1. Condicionantes para la Fijación de Precios ...	82
3.2.2. Políticas de Precios	83
3.2.3. Precio de Adquisición	84
3.3. Marketing Mix la Distribución (<i>Place</i>)	85
3.3.1. Canales de Distribución	86
3.3.1.1. Canal Largo	86
3.3.1.2. Canal Corto	87
3.3.1.3. Canal Directo	87
3.4. Marketing Mix la Promoción (<i>Promotion</i>)	88
3.4.1. Técnicas de Promoción	89
3.4.1.1. La Venta Personal	89
3.4.1.2. Promoción de Ventas	90
3.4.1.3. Misiones Comerciales	92
3.4.1.4. Ferias y Exposiciones	92
3.4.1.5. Seminarios y Conferencias	93
3.4.1.6. Patrocinio y Mecenazgo	93
3.4.1.7. Marketing Directo	94
3.4.2. Publicidad	94
3.4.3. Relaciones Públicas y Comunicación	95
4. Formas de Entrada en los Mercados Exteriores	96
4.1. Exportaciones Directas	97
4.1.1. Venta Directa	98
4.1.2. Agentes y Distribuidores	98
4.1.3. Establecimiento Subsidiaria Comercial	100
4.2. Exportación Indirecta	101
4.2.1. Compañías de Trading “Trading companies” o Casas Comerciales	102
4.2.2. Intermediarios Comerciales	103
4.3. Exportación Concertada o Agrupada	103

4.3.1.	El “Piggy-Back” (Operación Canguro)	103
4.3.2.	La “Joint Venture” Internacional	104
4.3.3.	Agrupaciones Europeas de Interés Económico (AEIE)	105
4.3.4.	Las Franquicias Internacionales	106
4.3.5.	Las Alianzas Estratégicas	107
4.3.6.	Los Consorcios de Exportación	108
4.4.	Producción en Mercados Exteriores	109
4.4.1.	Contrato de Fabricación	110
4.4.2.	Licencia de Fabricación	111
4.4.3.	Establecimiento de un Centro Propio	112
5.	Estrategias de Exportación	112
5.1.	Estrategia de Diferenciación	113
5.2.	Estrategia de Globalización	113
5.3.	Estrategia de Penetración	114

CAPÍTULO 3

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	117
1. Elementos Básicos de la Investigación	119
1.1. Entorno Político-Económico y Normativa Legal	120
1.2. La Demanda	120
1.3. La Oferta	121
1.4. Precios y Márgenes Comerciales	121
1.5. Canales de Comercialización	122
2. Etapas de la Investigación y Selección de Mercados	122
3. Fuentes de Información	125
4. Estructura de un Estudio de Investigación de Mercados	127
4.1. Estudio por Países	127

4.2. Estudio por Productos	129
5. El Plan de Marketing Internacional	131
5.1. Etapas del Plan de Marketing Internacional (de la planificación comercial)	132
5.2. Esquema de un Plan de Marketing Internacional	138

CAPÍTULO 4

DIRECCIÓN DE VENTAS INTERNACIONALES

143

1. ¿Por qué una Empresa Extranjera va a Comprar mis Productos o mis Servicios?	145
2. Hoja de Ruta Internacional	147
2.1. Estudio de Partida o Justificación de la Hoja de Ruta .	148
2.1.1. Conocimiento del Marco de Actuación	148
2.1.2. Conocer el Mercado	151
2.1.3. Diseño de la Actuación en el Mercado	152
2.1.4. Actuar en el Mercado y Obtener el Posicionamiento	154
2.1.5. Cronograma de Seguimiento	156
2.2. Operativa Promocional en la Hoja de Ruta	156
2.2.1. Escandallo de Exportación de la Hoja de Ruta	158
2.2.2. Operativa Documental de la Hoja de Ruta	159

CAPÍTULO 5

CONTROL DE CAMBIOS, MERCADOS DE DIVISAS

Y FINANCIACIÓN

161

1. Definición y Operativa de los Mercados de Divisas	163
1.1. Concepto	163

1.2.	Convertibilidad de las Divisas	163
1.3.	Oferta y Demanda de Divisas	164
2.	Riesgo de Cambio y su Cobertura	165
2.1.	Concepto	165
2.2.	Instrumentos de Cobertura de Riesgo de Cambio	166
2.2.1.	Seguro de Cambio	166
2.2.2.	Opciones sobre Divisas	167
2.2.3.	Futuros de Divisas	168
2.2.4.	Autoseguros	169
3.	Financiación de Importaciones y Exportaciones	169
3.1.	Financiación de la Importación	170
3.1.1.	Generalidades	170
3.1.2.	Sujetos Financiadores	171
3.1.3.	Instrumentos Mercantiles de Financiación	171
3.1.4.	Moneda de Financiación	171
3.2.	Financiación de la Exportación	172
3.2.1.	Generalidades	172
3.2.2.	Créditos de Prefinanciación	172
3.2.3.	Créditos para la Movilización del Cobro Aplazado	173
3.3.	Prefinanciación de Exportaciones	175
3.3.1.	Facturación y Prefinanciación en Euros	175
3.3.2.	Facturación en Euros y Prefinanciación en Divisas	176
3.3.2.1.	Sin Seguro	176
3.3.2.2.	Con Seguro u Opción	176
3.3.3.	Facturación en Divisas y Prefinanciación en Euros	176
3.3.3.1.	Tiene Riesgo de Cambio	176
3.3.3.2.	No tiene Riesgo de Cambio	176
3.3.4.	Facturación en Divisas y Prefinanciación en la Propia Divisa	177

3.3.5. Facturación en Divisas y Prefinanciación en Distinta Divisa	177
4. Instrumentos Financieros de Apoyo a la Exportación	178
4.1. Instituto de Crédito Oficial. ICO	178
4.2. Fondo para la Internacionalización de la Empresa (FIEM)	178
4.3. Fondo para la Promoción del Desarrollo (FONPRODE)	180
4.4. Fondo de Cooperación para Agua y Saneamiento (FCAS)	183
4.5. El Convenio o Contrato de Ajuste Recíproco de Intereses (CARI)	186
4.6. Otros Programas de Financiación de Internacionalización Empresarial del Instituto de Crédito Oficial	191
4.7. Factoring	192
4.8. Fortaiting	192
4.9. Crédito al Comprador	193
4.10. El Eurosistema	194
4.11. La Zona Única de Pagos en Euros. SEPA (Single Euro Payments Area)	195
5. El Contrato de Ajuste Recíproco de Intereses (CARI)	199
5.1. CARI Individual	200
5.2. CARI Línea	200
6. Fondo para la Internacionalización de la Empresa	200
CAPÍTULO 6	
ORGANIZACIÓN ECONÓMICA Y COMERCIAL DE LA UE	203
1. Integración Económica	205

1.1. Formas de Integración	206
1.2. Inconvenientes de la Integración	208
2. Origen de la Unión Europea	209
2.1. Historia	209
2.2. Modificaciones del Tratado de Roma	213
3. Instituciones de la Unión Europea	216
3.1. La Comisión	216
3.2. El Consejo de la Unión Europea	218
3.3. El Parlamento Europeo	220
3.4. El Tribunal de Justicia	221
3.5. El Tribunal de Cuentas	221
3.6. Banco Central Europeo	222
3.7. Banco Europeo de Inversiones	223
4. Políticas de la Unión Europea	224
CAPÍTULO 7	
CONTRATACIÓN INTERNACIONAL	225
1. Introducción	227
1.1. Papel de los Contratos en el Comercio Internacional .	227
1.2. Peculiaridades del Entorno Jurídico Internacional	228
2. Concepto y Características de un Contrato Internacional	229
2.1. Elementos Esenciales de todo Contrato	230
3. La Formación y Ejecución del Contrato	232

3.1. Fase Preparatoria	232
3.2. Formación del Contrato	233
3.3. Ejecución y Desarrollo de los Derechos y Obligaciones del Contrato	235
4. Legislación Aplicable	237
4.1. Ley del País de una de las Partes Contratantes	237
4.2. Convenios Internacionales	238
4.3. Lex Mercatoria	240
4.4. Determinación de la Legislación Aplicable	243
5. Jurisdicción Competente	245
5.1. Tribunales de Justicia	246
5.2. Arbitraje	248
5.3. Reconomiento y Ejecución de Sentencias Extranjeras	251
6. Clausulado Habitual de los Contratos Internacionales	253
7. Tipos de Contratos más Utilizados en Comercio Internacional	256
7.1. Contrato de Compraventa Internacional	256
7.2. Contrato de Suministro	258
7.3. Contrato de Agencia Comercial Internacional	259
7.4. Contrato de Concesión de Venta o Distribución Comercial	263
7.5. <i>Piggy Back</i>	267
7.6. Contrato de Franquicia Internacional	267
7.7. Contratos de Transferencia de Tecnología	271
7.8. Joint Venture Internacional	272

CAPÍTULO 8

TRANSPORTE INTERNACIONAL

275

1. La Importancia de los Distintos Tipos de Transporte

277

1.1. Transporte Internacional	277
1.1.1. La Gestión de Transporte	278
1.1.2. Las Personas del Transporte	279
1.1.2.1. Transporte Marítimo (TM).....	279
1.1.2.2. Transporte Terrestre	280
1.1.2.3. Transporte Aéreo	280
1.1.2.4. Transporte en General	280
2. Clasificación de los Transportes	281
2.1. Transporte Marítimo	281
2.1.1. Gestión Comercial	281
2.1.1.1. En Régimen de Navegación Libre o Fletamentos	281
2.1.1.2. En Régimen de Línea Regular	282
2.2. Costes del Transporte Marítimo	284
2.2.1. En Línea Regular	284
2.2.2. En Fletamentos	285
2.3. Marco Jurídico	285
2.3.1. Las Banderas de Conveniencia o FOC (<i>Flag of Convenience</i>)	286
2.3.2. El Bloqueo Marítimo	286
3. Transporte Aéreo	286
3.1. Organizaciones Internacionales	287
3.1.1. ICAO (<i>International Civil Aviation Organization</i>)	287
3.1.2. IATA (<i>International Air Transport Association</i>) .	288
3.2. Gestión Comercial	289
3.3. Las tarifas Internacionales	289
3.3.1. Tarifas de Carga Aérea y Flete	290
3.3.2. Coste del Flete	291
3.3.3. Otros Costes	291
3.4. Documento de Transporte. <i>Air Way Bill</i>	292

3.4.1. Características de la Carta de Porte Aérea	292
3.5. Marco Jurídico	293
4. Transporte Ferroviario	293
4.1. Clasificación	294
4.1.1. Por su Regularidad	294
4.1.2. Por las Características de la Mercancía	294
4.2. Gestión Comercial	295
4.3. Marco Jurídico	296
5. Transporte por Carretera	296
5.1. Clasificación	297
5.2. Gestión Comercial	298
5.3. Marco Jurídico	298
6. Transporte Multimodal (TMM)	299
7. Elección del Modo de Transporte	299
7.1. Fiabilidad	300
7.2. Disponibilidad	301
7.3. Precio	301
8. Seguro de Transportes	302
8.1. Características Básicas del Seguro de Transporte	303
8.2. Elementos Personales del Contrato de Seguro	304
8.3. Modalidades del Seguro de Transporte	305
9. Términos del Transporte Internacional	306
9.1. Resumen de Documentos en el Transporte Internacional	314

10. Fuentes de Información sobre el Transporte Internacional de Mercancías	315
--	-----

CAPÍTULO 9

CÓDIGO ADUANERO	317
------------------------------	------------

1. Introducción	319
2. Objeto y ámbito de aplicación del código aduanero	319
3. Misión de las autoridades aduaneras	320
4. Territorio de la Unión Europea	320
5. Definiciones conceptuales que regula el código aduanero	322
6. Operador económico autorizado	328
7. Control de mercancías	330
8. Arancel aduanero común	332
9. Clasificación arancelaria de las mercancías	334

9.1. El sistema armonizado	335
9.2. La nomenclatura combinada	335
9.3. Reglas generales para la interpretación de la nomenclatura (el reglamento (CE) nº 1832/2002)	336
9.4. Taric	339
9.5. Origen de las mercancías	341
9.5.1. Origen no preferencial de las mercancías	341
9.5.2. Origen preferencial	343
9.5.3. Fuentes de información del origen de la mercancía	346
9.6. Tipos de aranceles	346
9.6.1. Tipo “ad valorem”	346
9.6.2. Tipo específico	347
9.6.3. Tipo mixto	347
9.6.4. Tipo compuesto	347
9.6.5. Imposición a tanto alzado	348

10. Valor de aduana de la mercancía	348
---	-----

10.1.	Método de valoración en aduana basado en el valor de transacción (art. 70)	349
10.2.	Elementos del valor de transacción (art. 71)	350
10.3.	Elementos que no deben incluirse en el valor en aduana (art. 72)	351
10.4.	Métodos secundarios de valoración en aduana	352
10.5.	Deuda aduanera de importación	354
10.5.1.	Despacho a libre práctica e importación temporal (art. 77)	354
10.5.2.	Disposiciones especiales a las mercancías no ordinarias (art. 78)	355
10.5.3.	Disposiciones especiales relativas a las mercancías no ordinarias (art. 78)	356
10.5.4.	Deuda aduanera nacida por incumplimiento (art. 79)	356
10.6.	Deuda aduanera de exportación	358
10.6.1.	Exportación y tráfico de perfeccionamiento pasivo (art. 81)	358
10.6.2.	Deuda aduanera nacida por incumplimiento (art. 82)	359
10.7.	Reglas especiales para el cálculo del importe de los derechos de importación (art. 86)	360
10.8.	Lugar de nacimiento de la deuda aduanera (art. 87)	362
10.9.	Garantía de esta deuda aduanera potencial o existente (art. 89)	363
10.9.1.	Garantía obligatoria (art. 90)	365
10.9.2.	Constitución de una garantía (art. 92)	366
10.9.3.	Elección de la garantía (art. 93)	366
10.10.	Determinación del importe de los derechos de importación o de exportación (art. 101)	367
10.10.1.	Notificación de la deuda aduanera (art. 102)	368
10.10.2.	Contracción (art. 104)	369
10.10.3.	Momento de la contracción (art. 105)	370

11. Pago del importe de los derechos de importación o de exportación. Plazos generales para el pago y suspensión del plazo de pago (art. 108)	371
11.1. Pago (art. 109)	372
11.2. Aplazamiento de pago (art. 110)	373
11.3. Plazos para el aplazamiento del pago (art. 111)	373
11.4. Extinción de la deuda aduanera. Extinción (art. 124)	374
12. Liquidación de la deuda aduanera	376
12.1. Mercancías introducidas en el territorio aduanero de la unión	377
13. Introducción de las mercancías en el territorio aduanero de la unión	379
13.1. Vigilancia aduanera (art. 134)	380
13.2. Traslado al lugar apropiado (art. 135)	381
13.3. Mercancías en depósito temporal (art. 144)	382
13.3.1. Declaración de depósito temporal (art. 145)	382
13.3.2. Rectificación e invalidación de una declaración de depósito temporal (art. 146)	384
13.3.3. Autorización para la explotación de los almacenes de depósito temporal (art. 148)	384
13.3.4. Fin del depósito temporal (art. 149)	386
13.4. Elección del régimen aduanero (art. 150)	386
13.4.1. Estatuto aduanero de las mercancías. Presunción de estatuto aduanero de mercancías de la Unión (art. 153)	386
13.4.2. Pérdida del estatuto aduanero de mercancías (art. 154)	387
13.4.3. Mercancías de la Unión que salen temporalmente del territorio aduanero de la Unión (art. 155)	388

13.5.	Inclusión de mercancías en un régimen aduanero. Declaración en aduana de mercancías y vigilancia aduanera de las mercancías de la Unión (art. 158)	388
13.5.1.	Contenido de una declaración en aduana normal (art. 162)	389
13.5.2.	Documentos justificativos (art. 163)	389
13.5.3.	Declaración simplificada (art. 166)	389
13.5.4.	Declaración complementaria (art. 167)	390
14.	Presentación de una declaración en aduana (art. 170)	391
14.1.	Presentación de una declaración en aduana previa a la presentación de las mercancías (art. 171)	392
14.2.	Simplificación del establecimiento de la declaración en aduana de mercancías incluidas en diferentes subpartidas arancelarias (art. 177)	392
14.3.	Despacho centralizado (art. 179)	393
14.4.	Comprobación de una declaración en aduana (art. 188)	394
14.5.	Examen y toma de muestras de las mercancías (art. 189)	395
14.6.	Examen y toma de muestras de las mercancías de manera parcial (art. 190)	395
15.	Levante de las mercancías (art. 194)	396
15.1.	Levante supeditado al pago del importe de los dere- chos de importación o de exportación correspon- diente a la deuda aduanera o a la constitución de una garantía (art. 195)	397
15.2.	Medidas que deberían tomar las autoridades adua- neras (art. 198)	397
16.	Abono (art. 199)	399
17.	Despacho a libre práctica (art. 201)	399
18.	Exención de derechos de importación	400

18.1. Mercancías de retorno (art. 203)	400
18.2. Mercancías que se hayan beneficiado de medidas establecidas en virtud de la política agrícola común (art. 204)	401
18.3. Mercancías incluidas con anterioridad en el régimen de perfeccionamiento activo (art. 205)	402
18.4. Productos de la pesca marítima y demás productos extraídos del mar (art. 208)	402
19. Regímenes especiales (art. 210)	403
20. Tránsito	408
20.1. Tránsito externo (art. 226)	408
20.2. Tránsito interno (art. 227)	409
20.3. Territorio único a fines de tránsito (art. 228)	410
20.4. Tránsito de la unión. Obligaciones del titular del régimen de tránsito de la unión y del transportista y destinatario de las mercancías que circulen al amparo del régimen de tránsito de la unión (art. 233)	411
20.5. Mercancías que circulen a través del territorio de un país o territorio situado fuera del territorio aduanero de la unión al amparo del régimen de tránsito externo de la unión (art. 234)	412
21. Depósito	413
21.1. Depósito aduanero	414
22. Perfeccionamiento (art. 241)	414
23. Zonas francas	415
23.1. Inmuebles y actividades en las zonas francas (art. 244)	416
23.2. Presentación de las mercancías e inclusión de éstas en el régimen (art. 245)	416

23.3. Mercancías de la unión en zonas francas (art. 246)	417
23.4. Mercancías no pertenecientes a la unión en zonas francas (art. 247)	418
23.5. Estatuto aduanero (art. 249)	419
24. Destino especial. Importación temporal	419
24.1. Plazo de permanencia de las mercancías en el régimen de importación temporal (art. 251)	420
24.2. Cuantía del derecho de importación en caso de importación temporal con exención parcial de derechos de importación (art. 252)	421
25. Destino final. Régimen de destino final (art. 254)	421
26. Perfeccionamiento	423
26.1. Perfeccionamiento activo	423
26.1.1. Plazo de ultimación del régimen (art. 257)	424
26.1.2. Reexportación temporal para transformación ulterior (art. 258)	425
26.2. Perfeccionamiento pasivo	426
26.2.1. Mercancías reparadas de forma gratuita (art. 260)	427
26.2.2. Sistema de intercambio estándar (art. 261)	427
26.2.3. Importación previa de los productos de sustitución (art. 262)	428
27. Salida de mercancías del territorio aduanero de la unión .	429
27.1. Formalidades previas a la salida de las mercancías (art. 263)	429
27.2. Formalidades de salida de las mercancías. Vigilancia aduanera y formalidades de salida (art. 267)	430
27.3. Exportación y reexportación	431

27.3.1.	Exportación de mercancías de la Unión (art. 269)	431
27.3.2.	Reexportación de mercancías no pertenecientes a la Unión (art. 270)	432
27.3.3.	Declaración sumaria de salida. Presentación de una declaración sumaria de salida (art. 271)	432
27.3.4.	Notificación de reexportación. Presentación de una notificación de reexportación (art. 274)	434
27.3.5.	Exención de los derechos de exportación. Exención de los derechos en el caso de mercancías de la Unión exportadas temporalmente (art. 277)	434
28.	Aplicación del nuevo código aduanero del reglamento (UE) nº 952/2013 del parlamento europeo y del consejo de 9 de octubre de 2013	435
29.	Desarrollo interpretativo y conceptual del código aduanero anterior: Reglamento (CE Nº 450/2008 del parlamento europeo y del consejo de 23 de abril de 2008)	435
29.1.	Documento único aduanero. DUA	435
29.1.1.	Documentos que acompañan al DUA	436
29.2.	Esquemas de despachos aduaneros	437
29.2.1.	Exportación	437
29.2.2.	Importación (cuadro elaborado por la Agencia Tributaria. www.aeat.es Inicio Aduanas e Impuestos Especiales. Procedimientos Aduaneros Esquema de importación)	439
29.2.3.	Tránsito (cuadro elaborado por la Agencia Tributaria. www.aeat.es Inicio Aduanas e Impuestos Especiales. Procedimientos Aduaneros. Esquema de Tránsito)	440

29.3. Importación temporal	441
29.4. Transformación bajo control aduanero	443
29.5. Régimen de perfeccionamiento activo	444
29.6. Régimen de perfeccionamiento pasivo	446
29.7. Depósitos aduaneros	448
29.7.1. Tipos de depósitos públicos	449
29.7.2. Tipos de depósitos privados	450
29.7.3. Gestión del depósito	450
29.7.4. Ultimación del régimen	451
29.8. Zonas y depósitos francos	451
29.8.1. Los emplazamientos	452
29.9. Reexportación, destrucción y abandono	455
29.10. Tránsito comunitario	456
29.10.1. Tránsito externo	456
29.10.2. Tránsito interno	458

CAPÍTULO 10

FISCALIDAD INTERNACIONAL	461
1. Antecedentes	464
2. El IVA en las Exportaciones	465
2.1. Régimen Tributario	466
2.1.1. Exportaciones de Mercancías	466
2.1.2. Prestación de Servicios	467
2.1.3. Otras Exenciones	468
3. El IVA Relativo a las Zonas Francas, Depósitos Francos y Otros Depósitos	468
4. El IVA en las Operaciones Intracomunitarias	469
4.1. Introducciones y Expediciones Intracomunitarias	469

5. Los impuestos Especiales	470
5.1. Los Impuestos Especiales en las Exportaciones	472
5.2. Introducciones y Expediciones Intracomunitarias	472
6. Obligación Estadística. INTRASTAT	473
6.1. Información Ampliada y Modelos de INTRASTAT	475
CAPÍTULO 11	
MEDIOS DE COBRO Y PAGO INTERNACIONALES	477
1. Introducción	479
2. Características Generales de los Medios de Pago	479
2.1. Medios de Pago: Documentarios y Simples	480
2.2. Elección del Medio de Pago	480
3. Crédito Documentario	481
3.1. Partes que Intervienen	483
3.2. Regulación	484
3.3. Clasificación	484
3.4. Secuencia Operativa	487
3.5. Examen de los Documentos	488
3.6. Documentos con “Reservas”	489
3.7. Fechas, Importe y Cantidad de la Mercancía	490
3.8. Créditos Documentarios Especiales	492
4. Remesa Documentaria	496
4.1. Tramitación de una Remesa Documentaria	496
5. Orden de Pago Documentaria	497

6. Remesa Simple	498
7. Orden de Pago Simple y Transferencia	500
8. Cheque Bancario y Cheque Personal	501

CAPÍTULO 12 INSTITUCIONES DEL COMERCIO EXTERIOR EN ESPAÑA	503
--	------------

CAPÍTULO 13 ORGANISMOS INTERNACIONALES	511
---	------------

1. OMC. Organización Mundial del Comercio	514
2. ONUDI. Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial	517
3. OCDE. Organización de Cooperación y Desarrollo Económico	519
4. UNCTAD. Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo	520
5. ASEAN. Asociación de Naciones del Sureste Asiático	522
6. NAFTA. Tratado de Libre Comercio de América del Norte entre EE.UU, Canadá y México	522
7. MERCOSUR. Mercado Común del Sur	523
8. Otros Bloques Comerciales	525
8.1. ALADI	525
8.2. Pacto andino	526
8.3. CARICOM. Comunidad del Caribe	527
8.4. UMA. Unión del Magreb Árabe	528

CAPÍTULO 14 INCOTERMS 2010	529
---	------------

1. Utilización	531
----------------------	-----

2. Clasificación de los Incoterms	532
3. Relación y Descripción de cada Incoterm	534
4. Criterios de Selección del Incoterm	538
4.1. En Función del Mercado	538
4.2. En Función de la Experiencia o Importancia del Exportador	538
 CAPÍTULO 15	
ANEXOS	541
1. Glosario de Términos	543
2. Documentos de Comercio Exterior	558
3. Viabilidad Legal y Administrativa	567
 CAPÍTULO 16	
BIBLIOGRAFÍA	573

PRÓLOGO

El manual que tienes en tus manos pretende que aprendas todos los conceptos y materias del comercio exterior así como la mentalización y el esquema mental necesario para encarar las relaciones comerciales internacionales.

Este manual está enfocado para que todo profesional, sea cual sea su formación o desempeño laboral, entre a formar parte del conocimiento del comercio exterior. El mundo globalizado en el que vivimos hace necesaria una formación específica sobre el comercio exterior para poder entender y conocer la realidad empresarial actual. Es probable que incluso la empresa en donde un profesional desempeña su labor laboral no esté directamente relacionada con el comercio exterior sin embargo; sus clientes, sus proveedores o su competencia sí es muy probable que tengan una relación mucho más estrecha con el comercio exterior, lo que obliga al profesional a conocer y saber esta realidad.

El principal reto de un profesional que necesita adquirir conocimientos sobre el comercio exterior es el de adaptar su mentalidad y sus criterios a la realidad globalizada. La estrechez de miras; los estereotipos culturales; el no saber adaptarse a la cultura, a las normas o costumbres de un país; el pensar que todo lo bueno está en su país o en su pueblo... hacen que las relaciones comerciales fracasen. Un refrán español dice: “dónde estuvieras, haz lo que vieras” y esta sabiduría ancestral debe ser seguida a rajatabla. Nada es mejor o peor que lo nuestro, tan sólo ¡es diferente! Esta filosofía hará que nos convirtamos en buenos profesionales, en mejores personas, y que el desempeño de la actividad exportadora sea enormemente gratificadora.

Hoy por hoy una empresa, sea cual sea su tamaño, que no esté enfocada a mantener relaciones comerciales fuera de su entorno próximo está abocada a equivocarse en su estrategia y a ser muy débil frente a los ciclos económicos y frente a su competencia. Una competencia que ha dejado de ser diferenciada en competencia nacional o internacional para ser considerada competencia global. En las décadas de los ochenta y de los noventa la sociedad empresarial vio como marcas y empresas

conocidas desaparecían o eran compradas por empresas multinacionales. Barrerios, Pegaso, Bultaco, Galerías Preciados, Radiola, Helados Avidesa y así un largo etcétera. No cabe la menor duda que en las próximas décadas del siglo XXI más empresas y marcas entrarán a formar parte de la memoria histórica de los consumidores y de los clientes y aparecerán en los próximos episodios de la serie “Cuéntame cómo pasó”.

En algunos ambientes empresariales de los años ochenta el comentario generalizado de algunos empresarios era: “¿Pero quién va a querer comprar productos ingleses o franceses con lo buenos que son los productos españoles?”. En los años noventa evolucionó en comentarios tales como: “¿Pero cómo alguien va a preferir zapatos o ropa de China a los zapatos o ropa española?”. Los empresarios que creyeron que el consumidor o los clientes no iban a demandar productos de esos países fueron los que hicieron que sus empresas quebraran.

Algunas empresas, algunos empresarios, piensan que su tamaño sí importa para exportar y creen que la actividad exportadora “es para los grandes” y que a ellos no les interesa exportar. Nada más incierto. Cada empresa puede y debe exportar en función de sus posibilidades y de su tamaño. El avance tecnológico y el uso de Internet hace posible llegar a cualquier rincón del mundo, tan solo hay que saber cómo hacerlo. También comienzan cada vez más a ser requeridos los servicios externos de exportación a través de consultores expertos de comercio exterior al igual que sucede en otros aspectos empresariales, como es la contratación de servicios externos de expertos laborales, contables o fiscales. Una empresa puede disponer de su propio departamento de comercio exterior externo abaratando así los costes de infraestructura y de viajes.

Otro factor en los que este manual hace mención especial con un tema específico es el tema de las técnicas de venta internacionales. El comercio exterior es única y exclusivamente un tema de ventas. De nada sirve tener un conocimiento exhaustivo de medios de pago, fiscalidad o de transporte que si no se dispone de un cliente, de alguien al que vender,

de nada sirve tanta formación. El comercio exterior tiene como fundamento una estrategia comercial en donde habrá que seleccionar el dónde vender, el dónde producir y el qué vender de la cartera de productos o de servicios de la empresa. Se trata de vender única y exclusivamente.

El conocimiento de idiomas es una herramienta básica de ventas. A todas las personas les gusta que les hablen en su propio idioma lo que hace mucho más sencillo la venta. Entonces, ¿cuántos idiomas son necesarios saber y conocer? Pues cuantos más mejor y, por supuesto, el inglés bien hablado y escrito. Tan solo los objetivos del país o de la zona geográfica nos determinarán qué idiomas serán los que tengamos que conocer y hablar. ¿Eso quiere decir que sin idiomas no se puede exportar? No, se puede exportar sin saber o dominar idiomas lo que sucede es que será un poco más difícil y que se deberá subsanar con la contratación de intérpretes o de personal de secretariado que los dominen.

Sé bienvenido querido lector y estudiante a este mundo tan apasionante y enriquecedor del comercio exterior en donde podrás crecer y desarrollar tanto tus capacidades profesionales como personales.