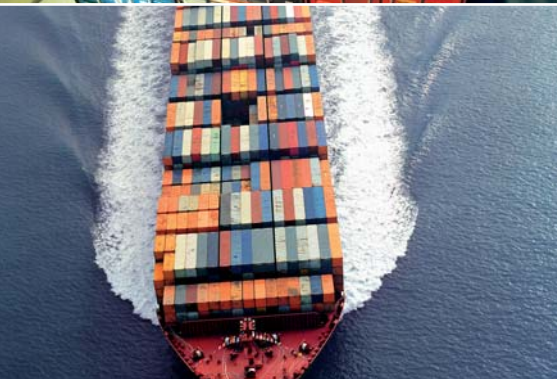
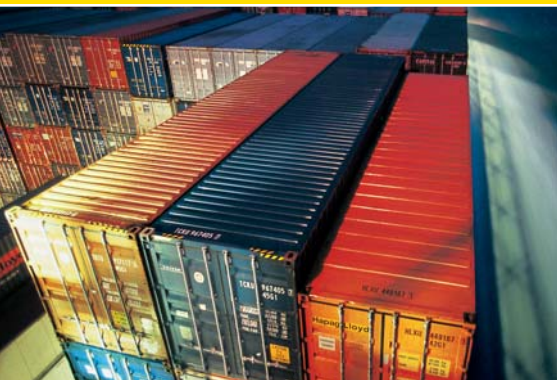


GUÍA DE INTERNACIONALIZACIÓN



Información práctica para su negocio internacional

EXCELLENCE. SIMPLY DELIVERED.



ÍNDICE DE CONTENIDOS

- 1. LA DECISIÓN DE EXPORTAR**
- 2. LA ESTRATEGIA**
 - Investigación de Mercado
 - Transporte Internacional
 - Riesgos Financieros
- 3. LAS ADUANAS**
 - Barreras Aduaneras
 - Glosario de INCOTERMS®
- 4. ASPECTOS FINANCIEROS DEL COMERCIO EXTERIOR**
- 5. LAS RELACIONES CON SUS CLIENTES**
- 6. CONSEJOS PARA EL EXTIO**
- 7. ENLACES WEBS DE UTILIDAD**
- 8. INFORMACIÓN ADICIONAL**
 - Tabla de INCOTERMS®
 - Tipos de Contenedores Marítimos
 - Tipos de Palets de Carga Aérea
 - Rutas y Usos Horarios
 - Conversiones Métricas
 - Divisas más Comunes
 - Ferias Internacionales

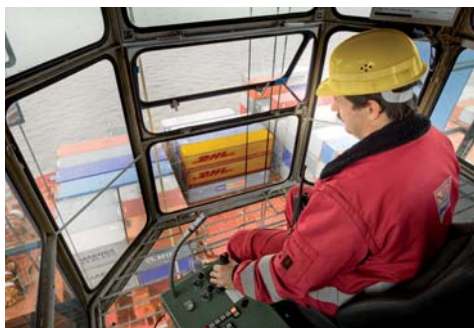
¿Desea empezar o mejorar su negocio fuera de España?

Quizás desea empezar a importar desde algún país lejano para reducir costes, o bien quiere exportar para penetrar en un nuevo mercado y aumentar sus ventas.

Cualquiera que sea el motivo que le lleve a internacionalizarse, en esta guía le ofrecemos información y consejos útiles para que pueda empezar con buen pie.

Sabía que:

- España es el 17º exportador de mercancías del mundo y el 7º de servicios
- Las exportaciones experimentaron un crecimiento del 34% entre 2009 y 2011
- Y desde el año 2001 las exportaciones españolas de mercancías crecieron casi un 70%
- Las empresas exportadoras son más rentables y están menos afectadas por la crisis



LA DECISIÓN DE EMPEZAR UN NEGOCIO INTERNACIONAL

El salto al exterior es un paso lógico que le permite seguir creciendo a través del desarrollo de nuevos mercados. Explorar las oportunidades que ofrece el negocio internacional es apasionante, pero a la vez es más complejo que hacer negocios dentro de España.

Y no es sólo porque los clientes sean distintos. También hay que tratar con aduanas y otras autoridades gubernamentales, con bancos, aseguradoras, proveedores de servicios de importación o exportación y de transporte internacional. Además, hay que estar familiarizado con las prácticas de negocio en otros países, diferentes culturas y monedas.

El éxito depende en gran parte de que la estrategia de internacionalización sea la adecuada, empezando por un buen análisis del mercado y de contar con las ayudas y apoyos necesarios.

Esta guía está diseñada para brindarle la información y los recursos necesarios para empezar el proceso con buen pie y ayudarle a que su aventura internacional sea todo un éxito.

DISEÑAR LA ESTRATEGIA

Parte fundamental del éxito viene de una correcta definición del plan y de la estrategia de internacionalización.

Su principal prioridad debe ser conseguir posicionar su producto en el mercado local con excelente calidad, buena visibilidad, un precio competitivo y ofrecer un servicio de posventa adecuado a las necesidades del mercado.

La marca se crea desde el primer momento y la reputación conseguida desde el inicio marcará las posibilidades de crecimiento futuras.

Su estrategia debe contemplar lo siguiente:

- Compromiso total del equipo directivo de la empresa
- Análisis exhaustivo del mercado seleccionado
- Formación del personal de la empresa
- Estrategia de precios incluyendo nuevos costes
- Definición de términos de comercio con sus clientes, incluyendo tipos de entrega y formas de pago

DISEÑAR LA ESTRATEGIA

El proceso de internacionalización requiere un compromiso de la empresa a largo plazo y el empresario tendrá que mantener y alimentar las relaciones de negocio, generar confianza y desarrollar las habilidades y los conocimientos necesarios para negociar con seguridad a escala internacional.

Una vez seleccionado su mercado objetivo, usted tendrá que profundizar en el conocimiento de este mercado: la idiosincrasia de cómo hacer negocios en un determinado país, los requisitos específicos de los clientes potenciales, sus competidores y los canales de distribución disponibles.



PRIMEROS PASOS

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Para que sus planes realmente funcionen, es posible que necesite dedicar el tiempo suficiente para visitar el país al que va a exportar o importar.

Es verdad que estamos en un mundo cada vez más global y muchos negocios siguen esta tendencia, pero las reuniones cara a cara con los potenciales socios comerciales y clientes siguen siendo la base más sólida para construir relaciones de más calidad y duraderas.

Estas visitas le permitirán definir el potencial de ventas de su producto y formarse una idea clara de su mercado objetivo.

Es importante destacar que durante la visita también tendrá la oportunidad de evaluar la competencia y sus productos locales e identificar otros competidores extranjeros ya activos en ese mercado.

Una vez que posea esta información del mercado local, será capaz de tomar una decisión plenamente orientada acerca de si su producto se venderá tal cual lo tiene en España o si es necesario hacer algunas adaptaciones a la cultura y legislación local.



TRABAJAR JUNTOS

Para tener éxito en su estrategia de internacionalización es muy importante que exista una visión compartida y alineada entre el equipo directivo de su empresa.

Al planificar su estrategia debe asegurarse de que la dirección de la compañía tiene la oportunidad de discutir los motivos de la salida al exterior y de establecer objetivos de negocio que sean tangibles y realistas.

Este es el momento de comprobar el compromiso de todo el equipo, cuales son las habilidades de cada uno y cómo pueden contribuir al proceso de creación de relaciones comerciales en el extranjero, quién llevará a cabo acciones concretas como por ejemplo la definición y creación de un departamento internacional para garantizar un buen servicio al cliente.

Trabajando juntos, su empresa será capaz de crear un plan de acción bien definido, con buena planificación de metas, fechas e identificación de los recursos necesarios durante el proceso.

Es mucho más probable tener éxito si todos los que trabajan en la empresa lo hacen con un objetivo común.

También es importante que la estrategia se comunique al resto de la empresa. Es probable que este proceso tenga un impacto en la forma en que trabajan por lo que necesitan estar al tanto de lo que está pasando y estar preparados para el cambio.

Debe valorar también la necesidad de un programa de formación sobre internacionalización para asegurar que su personal esté debidamente preparado cuando los pedidos de fuera empiezan a llegar.



TRANSPORTE INTERNACIONAL

RIESGOS FINANCIEROS

Una vez identificado su mercado objetivo usted también tendrá que conocer los posibles riesgos financieros de las operaciones internacionales como por ejemplo, la realización de controles de crédito de sus clientes potenciales para evitar problemas de cobro de sus operaciones.

Los riesgos se pueden resumir en los siguientes:

Riesgos del cambio

Si el negocio se hace en divisa extranjera, es posible que el valor de la moneda sufra cambios desde el momento en que se realiza el acuerdo hasta su fecha de liquidación de la operación. Esto puede por supuesto, ser en su beneficio, pero es un juego de azar y puede provocarle una pérdida financiera importante.

Puede eliminar el riesgo al negociar en Euros, transfiriendo de esta forma el riesgo a su cliente. Sin embargo, si sus competidores están negociando en moneda local, puede que usted tenga que hacerlo también.

Para minimizar el riesgo de trabajar con las divisas locales, existen en el mercado varios productos financieros que eliminan esta eventualidad. A través de su banco puede contratar un seguro de cambio que le permite fijar el importe en Euros que recibirá cuando el pago se realiza en moneda extranjera.

Conocer a sus clientes

Haga siempre una investigación minuciosa de sus clientes para comprobar que sean solventes. Incluso en los países considerados de bajo riesgo, es muy posible encontrarse con clientes de elevado riesgo, por lo que merece siempre la pena hacer un chequeo adicional para negociar con absoluta tranquilidad.

Para minimizar el riesgo de pago, es aconsejable contratar un seguro de crédito de exportación.

Conocer el mercado objetivo

Dependiendo del país al que se dirija, usted debe ser consciente de los factores locales que pueden afectar el negocio:

- Los controles de divisas que impiden la liberación y la transferencia de fondos
- Restricciones a la importación impuestas después de la firma del contrato
- Los acontecimientos políticos o medidas económicas que impidan o retrasen la transferencia de pago
- La inestabilidad del sistema bancario local
- Una guerra, disturbios civiles y desastres naturales

RIESGOS FINANCIEROS

Hacer presupuestos para negocios internacionales

Un presupuesto para los negocios en mercados extranjeros no es muy diferente de una oferta dentro de España.

Normalmente tendrá que tener en cuenta:

- El coste de las materias primas
- Los costes de fabricación
- Los gastos generales
- Los márgenes de beneficio

Además de esto, tendrá que considerar los siguientes gastos adicionales:

- El coste del transporte
- Todas las tasas e impuestos aduaneros
- Seguro



BARRERAS ADUANERAS

Una de las claves importantes para poder entender muchos aspectos relacionados con la aduana y su aplicación en la logística o el transporte, es entender el papel de la aduana y sus objetivos.

Comprender claramente este concepto nos permitirá desarrollar con más seguridad nuestras operaciones de Comercio Exterior.

Las aduanas crean determinadas barreras a la importación de productos, a través de:

- Definición de límites o cupos de un determinado producto a importar.
- Los aranceles, que son barreras impositivas que establecen una tasa a pagar durante el proceso de nacionalización en un país o mercado único, que se traduce en una subida de precio del producto.
- Las barreras administrativas: permisos, licencias, normas de calidad del producto, controles para-aduaneros (Sanidad, Farmacia, SOIVRE, etc.)

El primer paso es identificar correctamente nuestro producto. Para ello tenemos que conocer el código arancelario correspondiente, que es un conjunto de dígitos que identifican la mercancía dentro de la nomenclatura arancelaria, y que de hecho constituye un lenguaje internacional en cuanto a la identificación aduanera de las mercancías.

Código TARIC

Los países de la unión Europea utilizan los códigos TARIC para clasificar los productos y mercancía para las operaciones de comercio exterior.

Cómo le puede ayudar DHL

Trade Automation Services

Es una herramienta de DHL que contiene la mayor base de datos sobre trámites aduaneros y comercio exterior cubriendo la normativa de 64 países, es decir, más del 98% del comercio internacional.

Qué se puede consultar en TAS (Trade Automation Services)

- Costes estimados
- Reglamentación aduanera
- Restricciones al comercio
- Búsqueda de código TARIC
- Documentación

Disponible a través de la WEB de DHL o mediante integración por WEB Services (www.dhl.es)

GLOSARIO DEL TRANSPORTE INTERNACIONAL

LOS INCOTERMS®

Cuando se negocia a nivel internacional, es importante dejar claro quién es el responsable de entrega de los bienes y del pago del servicio de transporte.

Los Incoterms® (acrónimo del inglés international commercial terms, ‘términos internacionales de comercio’) son normas sobre las condiciones de entrega de las mercancías. Delimitan las responsabilidades entre el comprador y el vendedor en cuanto a la entrega, los riesgos y costes y reflejan la práctica actual en el transporte internacional de mercancías.

Incoterms® aplicables sólo al transporte marítimo

| Incoterms® | Definición |
|------------|--|
| FAS | Free Alongside Ship El vendedor entrega la mercancía en el muelle de carga pactado en origen, es decir, al lado del barco. El comprador es responsable de todos los costes y riesgos de pérdida o daños de la mercancía desde ese momento. El vendedor es responsable de las gestiones y costes de la aduana de exportación. |
| FOB | Free On Board El vendedor es responsable por dejar mercancía cargada en el barco y el comprador es responsable de todos los costes y riesgos de pérdida o daño de la mercancía desde ese punto. Se requiere que el vendedor despache la mercancía para la exportación. |
| CFR | Cost And Freight El vendedor debe pagar los costes y portes necesarios para llevar la mercancía al el puerto de destino. El riesgo de pérdida o daño se transfiere del vendedor al comprador cuando la mercancía se descarga en el puerto de destino. Se requiere que el vendedor despache la mercancía de exportación. |
| CIF | Cost, Insurance and Freight Mismas obligaciones que en CFR pero también se requiere que el vendedor contrate un seguro contra el riesgo de pérdida o daño de la mercancía durante el transporte, siendo el comprador el beneficiario del seguro. El vendedor es responsable de despachar la mercancía para la exportación. |

LOS INCOTERMS®

Incoterms® aplicables a todos los métodos de transporte

| Incoterms® | Definición |
|------------|--|
| EXW | ExWorks El vendedor pone la mercancía a disposición del comprador en sus instalaciones: fábrica, almacén, etc. Todos los gastos y riesgos a partir de ese momento son por cuenta del comprador. |
| FCA | Free Carrier El vendedor tiene la obligación de entregar la mercancía en un punto acordado con el comprador en el país de origen. El vendedor se hace cargo de los costes hasta que la mercancía está situada en ese punto convenido; entre otros, el despacho de exportación en el país de origen. |
| CPT | Carriage Paid To El vendedor paga los portes de transporte de mercancías hasta destino. A partir de este momento el riesgo de pérdida o daño se transfiere del vendedor al comprador. Este término exige que el vendedor despache la mercancía de exportación. |
| CIP | Carriage and Insurance Paid To Las mismas obligaciones que con CPT, pero el vendedor tiene la responsabilidad de obtención de un seguro de pérdida o daño de la mercancía durante el transporte. Este término exige al vendedor despachar las mercancías para la exportación. |
| DAT | Delivered At Terminal El vendedor es responsable de los gastos y riesgos de llevar y descargar la mercancía en el punto de destino (Terminal) especificado en el contrato que puede ser un muelle, almacén o zona de contenedores. Ambas partes deben acordar el punto de entrega y si es posible un punto específico en el terminal a partir del cual los riesgos se transfieren del vendedor al comprador de las mercancías. El vendedor es responsable del despacho de exportación mientras que el importador es responsable del transporte en destino, del despacho de importación, incluyendo los trámites necesarios y del pago de derechos de importación. |

Incoterms® aplicables a todos los métodos de transporte

| Incoterms® | Definición |
|------------|---|
| DAP | Delivered At Place El vendedor asume la responsabilidad y los riesgos de entregar la mercancía preparada para su descarga en un lugar de destino convenido entre ambas partes. Se requiere que el vendedor despache la mercancía para la exportación y el importador es responsable de realizar el despacho de importación y pagar los aranceles correspondientes. |
| DDP | Delivered Duty Paid El vendedor es responsable de entregar la mercancía en el lugar designado en el país de importación, incluyendo todos los gastos y riesgos del transporte. El comprador no realiza ningún tipo de trámite. Los gastos de aduana de importación son asumidos por el vendedor. |

Cómo le puede ayudar DHL

DHL Express ofrece una amplia gama de servicios aduaneros estándar y servicios complementarios, tales como:

- Despacho de mercancías importadas o para exportar
- Despacho de mercancías de alto valor
- Autorización pre-envío
- Preparación de documentación de aduanas
- Despacho de envíos multi-partidas
- Almacenamiento de mercancías con despacho de aduanas
- Traspaso a otro agente de aduanas
- Modificación post-despacho
- Asesoramiento sobre tasas e impuestos
- Asesoramiento sobre clasificación de contenido
- Tránsito desde el Almacén de Tránsito de DHL al depósito de aduanas del cliente

EL DESPACHO ADUANERO

Una parte importante del proceso aduanero tiene que ver con la gestión de la documentación. Además de la obligatoria, los factores a tener en cuenta para añadir o no, más documentos, a un tráfico de importación o exportación son los siguientes:

- Territorio de destino u origen.
- Contenido del envío o naturaleza de la mercancía.
- Valor declarado de la mercancía.
- Tipo de exportación / importación: definitiva o temporal

Territorio de destino u origen

Este primer criterio hace alusión a las zonas, países o territorios, entre los que se mueven las mercancías y que no existan acuerdos comerciales que exoneren el envío de más documentación que el albarán. Por ejemplo, los acuerdos entre los estados miembros de la Unión Europea, permiten a los compradores y clientes mover toda clase de bienes en el territorio de la Unión como si de un solo país se tratase. Sólo se necesita el albarán.

Por el contrario para el tráfico de mercancías entre España y las Islas Canarias, a pesar de formar parte del mismo estado, se necesitan documentos adicionales además del albarán, pues las islas tienen régimen aduanero propio.

Contenido del envío o naturaleza de la mercancía

Según los criterios que fijen las aduanas de cada país, un producto puede ser considerado "no declarable" o "declarable". Un envío no declarable no tributa y puede viajar sólo con el albarán de transporte, mientras que los envíos declarables deben ir acompañados de otros documentos: como mínimo una factura no comercial.

En algunos casos, un mismo artículo, dependiendo de la cantidad o el peso, tiene distinta consideración. Por ejemplo, las aduanas españolas clasifican las revistas como documentos pero a partir de 30 unidades, tienen la categoría de mercancías y los procedimientos aduaneros cambian.

Valor declarado de la mercancía

El valor monetario de una mercancía declarado en la factura, es un criterio determinante en el proceso del despacho aduanero. Ahora bien, en caso de que el envío no supere el valor de corte establecido por la aduana de destino, el envío tendrá consideración de documento y el albarán de transporte es suficiente para justificar la entrada al país.

EL DESPACHO ADUANERO

Exportaciones / Importaciones definitivas

Suele ser mercancía para la venta. Llega al país de destino y es utilizada para el consumo o como insumo para los procesos de ensamblaje y fabricación de otros bienes. Siempre tiene despacho aduanero y en muy pocos casos suele estar exenta de aranceles.

Exportaciones / Importaciones temporales

Una exportación temporal se da cuando un cliente envía una mercancía que tiene que viajar por un tiempo limitado para, posteriormente volver al país de origen. Ej. Reparaciones, exposiciones, muestras, etc.

Dentro de un límite específico de tiempo, el envío debe ser devuelto al país de origen, excepto que se produzca la venta de la mercancía en destino, en cuyo caso pierde su estatus de temporal.

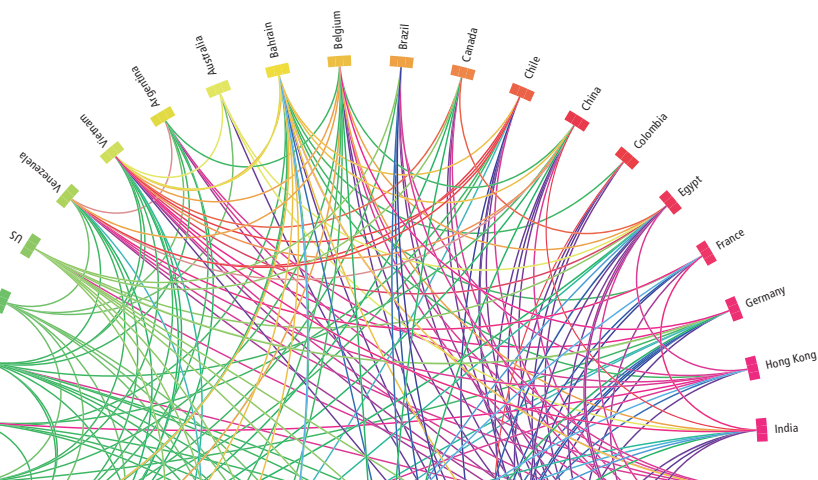
Las exportaciones temporales nunca generarán aranceles en destino pero sí obligan a poner una garantía o aval: mismo importe que los gastos de aduanas que se generarían si fuera permanente.

Tráficos de perfeccionamiento activo y pasivo

Se entiende por perfeccionamiento de las mercancías, la serie de operaciones a las que deben someterse para finalizar su proceso de fabricación.

Las reglas del Comercio Internacional permiten que estas operaciones de perfeccionamiento se realicen en un país distinto al de procedencia de las mercancías siempre y cuando se apliquen avances tecnológicos y/o costes de mano de obra imposibles de aplicar en el país de origen.

Dos modalidades: Perfeccionamiento Activo y Perfeccionamiento.



DOCUMENTACIÓN INTERNACIONAL

Factura

Documento que debe acompañar todos los envíos con destino un país fuera de la UE (que no sean documentos) y que contiene una declaración detallada de contenidos, incluyendo:

- Valor de la mercancía
- Peso en kilos
- País de origen de la mercancía

Las autoridades aduaneras utilizan la factura comercial para verificar los detalles de la expedición. Algunos países tienen requisitos específicos relativos al formato o el contenido de la factura. Consulte con su cliente para saber si hay algún texto especial o cláusula que se deba incluir en la factura.

Diferencia entre Factura Comercial y Proforma:

- Factura Comercial: acompaña a toda mercancía que SI forma parte de una transacción comercial.
- Factura No Comercial o "Factura Proforma". Acompaña a mercancía NO considerada para la venta.

Albarán de transporte

Documento completado por el remitente que viaja con las mercancías en todo momento, desde la recogida hasta la entrega. Se detalla la información básica acerca del envío, incluyendo la dirección de origen y de destino, el peso y una breve descripción de las mercancías.

Documento Único Administrativo (DUA)

Se trata de un impreso que se utiliza para armonizar y simplificar el flujo de información entre diferentes autoridades aduaneras y se tiene que presentar en la aduana en las operaciones de comercio internacional con países fuera de la UE (con algunas excepciones).

El DUA se utiliza para cumplir con las formalidades aduaneras necesarias en las operaciones de intercambio de mercancías, tales como: la exportación, la importación o el tránsito.



DOCUMENTACIÓN INTERNACIONAL

Certificado de origen

Este documento demuestra que las mercancías importadas pertenecen a un país SPG. El SPG es el "Sistema de Preferencias Generalizadas" que la Unión Europea concede unilateralmente, sin exigir reciprocidad, a los países menos avanzados que hayan sido reconocidos como tales por las Naciones Unidas.

Las exportaciones de los países menos avanzados están exentas de cualquier tipo de arancel en los mercados de la UE, medida que se aplica a todos los productos excepto a las armas.

Con este documento, muchos países en vías de desarrollo pueden exportar sus productos hacia al UE, con aranceles muy reducidos e incluso en algunos casos, con arancel "cero". Se utiliza solamente para las importaciones.

Esta lista de países se revisa anualmente por la Unión Europea.

EUR1

La UE tiene acuerdos comerciales preferenciales con algunos países lo que permite que determinados productos tengan una reducción o supresión de las tasas arancelarias de importación, abaratando de esta forma el precio del producto importado.

Para poder acogerse a este acuerdo, es preciso que la mercancía viaje con un certificado EUR1 correctamente cumplimentado por el exportador. En el caso particular de Turquía se debe utilizar el certificado ATR1 para que las mercancías puedan acogerse y beneficiarse del régimen arancelario preferencial entre la UE y Turquía.

Este certificado sólo puede obtenerse a través de la Aduana Española.



DOCUMENTACIÓN INTERNACIONAL

Cuaderno ATA

Un cuaderno ATA es un documento aduanero internacional que permite la importación temporal de muestras comerciales, equipos o bienes profesionales con destino a una feria o exposición en los países que son parte del sistema Carnet ATA.

El sistema cubre más de 70 países y territorios en Europa, América del Norte, América del Sur, Asia, África y Oceanía.

Permite que la mercancía viaje por a un gran número de países con un único documento. Sin el cuaderno ATA, se tendría que cumplir con cada uno los procedimientos aduaneros de cada país para conseguir una importación temporal de la mercancía.

Un cuaderno ATA es válido por un año y permite el movimiento de los productos mostrados en el Carnet tantas veces como sea necesario durante ese período y a cualquiera de los destinos solicitados. Puede pedir un cuaderno ATA Carnet a través de su Cámara de Comercio local.

CITES - Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestre

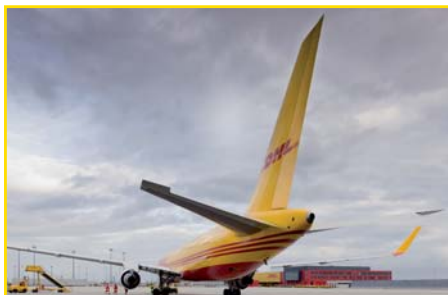
Certificado que se expide cuando se cumplen ciertos requisitos (www.cites.es) en el transporte de animales y plantas, vivos o muertos, de sus partes y derivados.

Certificados Fitosanitarios

Es un instrumento de control y lucha contra plagas en el que se certifica que los productos vegetales y otros objetos relacionados con ellos, están sanos y exentos de parásitos o enfermedades.

Determinados vegetales, productos vegetales, derivados y otros objetos relacionados con ellos, deben ir acompañados de su correspondiente pasaporte fitosanitario en el momento de la exportación.

En el caso de España, para las exportaciones, lo emite el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación; las Conserjerías de Agricultura de las Comunidades Autónomas y el Ministerio de Sanidad y Consumo.



DOCUMENTACIÓN INTERNACIONAL

Certificado Veterinario

El objetivo de este documento es evitar el riesgo de provocar a otros países enfermedades infecciosas existentes en el ganado español y europeo. Se instauró como documento que certificaba que la exportación de productos cárnicos bovinos, ovinos y caprinos eran aptos para el consumo al no padecer una encefalopatía espongiforme transmisible (EET) u otras patologías como la brucelosis o el tétanos, antes de su sacrificio.

Este certificado debe adjuntarse a los envíos de animales vivos y productos de origen animal. Lo expide el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, las Conserjerías de Agricultura de las Comunidades Autónomas y el Ministerio de Sanidad y Consumo.

Prior Notice FDA

Desde el 12 de Diciembre de 2003, todos aquéllos que deseen realizar un envío de alimentos para humanos y animales a Estados Unidos, deben notificarlo a la FDA (Food and Drug Administration) con anticipación.

La notificación previa le da tiempo a la FDA para:

1. Revisar y evaluar la información antes de que los productos alimentarios lleguen a los Estados Unidos.
2. Desplegar mejor los recursos para realizar las inspecciones.
3. Ayudar a interceptar productos contaminados.

Los clientes pueden acceder a la web www.access.fda.gov para elaborar el Prior Notice

DAA (antes D-500)

Se trata de un documento de acompañamiento que ampara la circulación de los productos sometidos a impuestos especiales (aceites minerales, tabacos y sus manufacturas, alcoholes y bebidas alcohólicas).

En el caso de España es necesario por ejemplo para envíos de tabaco o alcohol a la Unión Europea.

Se puede conseguir el documento a través de la Agencia Tributaria.

ASPECTOS FINANCIEROS DEL COMERCIO INTERNACIONAL

FORMAS DE PAGO INTERNACIONALES

Hay cuatro formas principales para pagos internacionales que varían en seguridad. El método que se elija depende del nivel de conocimiento que se tenga del comprador o vendedor extranjero, del tamaño y de la frecuencia de las operaciones.

Pago anticipado

Un pago anticipado le asegura de que usted cobra antes del envío de las mercancías y por lo tanto es la forma más segura para el vendedor y la más arriesgada para el comprador.

Carta de crédito

Una forma de reducir el riesgo de impago es solicitar una carta de crédito de su cliente. Es emitida por el banco y garantiza que se hará el pago, por lo que ofrece un alto nivel de seguridad. Usted también tendrá que llegar a un acuerdo con el banco, por ejemplo, proporcionando documentos como prueba de que ha suministrado las mercancías acordadas.

También es recomendable obtener una carta de crédito irrevocable, que no puede ser cambiada o cancelada a menos que todas las partes estén de acuerdo. Una carta de crédito revocable, sin embargo, puede ser cambiada o cancelada por el banco en cualquier momento.

Créditos documentarios

Es un método reconocido en el comercio internacional en el que un banco en su país actúa en su nombre para cobrar el pago de las mercancías. El exportador entrega sus documentos a un banco para que éste, de acuerdo a las instrucciones recibidas, maneje y entregue los documentos al comprador previo pago y/o aceptación.

Pago directo

El exportador se compromete a enviar la mercancía a su cliente y emite una factura de pago, en general con un periodo de crédito, por ejemplo: 30 días desde la fecha de factura.

El riesgo aquí es evidente y este método depende de la confianza y una buena relación en los negocios.

TIPO DE SEGUROS

Seguro de crédito a la exportación

Para proteger su empresa contra los impagos, es importante asegurar sus operaciones de exportación, incluso si su cliente es un conocido o empresa de confianza en un país de bajo riesgo. Su compañía de seguro elegida cubrirá los riesgos de pago en el comercio internacional.

Seguro de mercancías

La propia naturaleza del proceso de exportación e importación de implica que la mercancías pueden estar en tránsito un elevado número de días, con el riesgo de daño, pérdida o demora. La mayoría de las compañías internacionales tienen mucho cuidado en el manejo de las mercancías para reducir al mínimo tales riesgos. Sin embargo es sensato asegurar sus bienes de acuerdo a su valor, de modo que esté suficientemente cubierto en caso de que algo vaya mal.

El seguro de mercancías cubre pérdida o daño físico de los bienes durante el tránsito y cubre el transporte por vía aérea, por carretera, ferroviario y marítimo. El Incoterms® de la operación determinará quién es el responsable de la contratación del seguro. Como exportador, usted está obligado a contratar una póliza de seguro para los Incoterms® CIF y CIP. Y en estos casos debe tener en cuenta estos costes en su presupuesto.



CUIDE LAS RELACIONES

El desarrollo de una buena relación de negocios con sus clientes es esencial para minimizar los riesgos de la entrega de las mercancías y para que le paguen.

Un comportamiento cortés, respetuoso y las buenas maneras le permitirán ir lejos porque la forma de hacer negocios y de tratar a los clientes en el extranjero no debe ser diferente a la de España.

Por supuesto que no es solamente esto, pero si usted puede demostrar una comprensión y conocimiento de la cultura del país elegido, ya sea a nivel social o de negocios, sus clientes le valorarán más y estarán abiertos para la negociación. Haga su investigación sobre los hábitos y culturas del país en el cual va a negociar e intente ser lo más cercano y familiar posible.

La buena comunicación y la negociación le permitirán llegar a buenos acuerdos sobre temas cruciales como son los términos de comercio y la elección de la moneda de pago de la operación que sean más ventajosos para usted y que son clave para tener éxito en el comercio internacional.

CÓMO DHL LE PUEDE AYUDAR

Nadie conoce el transporte express internacional como DHL, sobre todo porque llevamos muchos años construyendo y perfeccionando nuestra red y nuestro servicio.

Como cliente de DHL se beneficiará de horas de recogida adaptadas a sus necesidades, un gran conocimiento y experiencia en aduanas, y entregas rápidas y fiables en más de 220 países de todo el mundo.

El servicio de seguimiento en tiempo real le permite saber dónde están sus envíos en cualquier momento del transporte.

También podemos ofrecer un seguro de transporte que cubre la pérdida o daños en sus mercancías durante el transporte. Es muy sencillo, flexible y fácil de contratar.

Para cualquier mercancía que quiera transportar, DHL puede ayudar proporcionándole una solución a la medida de sus necesidades concretas.

Con nuestra calidad de servicio demostrada, puede confiar que seremos el socio perfecto para satisfacer sus necesidades de negocio internacional.

Para más información **902 12 24 24**



CONSEJOS PARA EL ÉXITO

Realice una investigación de mercado

Asegúrese de que existe mercado para sus productos en el mercado seleccionado y que el precio de venta le va a producir un margen de beneficio razonable. Analice la competencia y asegúrese de que haya suficiente espacio en el mercado para operar con éxito.

El plan

Establezca exactamente cómo se va a entrar en el mercado. Asegúrese de que su empresa está adaptada para salir al mercado internacional y asigne un presupuesto para cubrir los costes iniciales.

Construya buenas relaciones

Tómese el tiempo necesario para entender su mercado objetivo, incluyendo el idioma y las diferencias culturales. Ser sensible a tales diferencias allanarán el camino para una buena relación de negocios.

Sea paciente

Vea el comercio internacional como un proceso a largo plazo en lugar de algo rápido. No hay que olvidar que en otros países los negocios se realizan de manera diferente a España y que a menudo se necesita más tiempo para llegar a un acuerdo.

Conozca bien los costes

Desde los tipos de cambio hasta los costes de envío, todo tiene un impacto en sus márgenes de beneficio.

Comprender la documentación

Familiarizarse con toda la documentación que se necesita consolidar para cumplir con las normativas aduaneras.

Proteja su flujo de caja

Acordar los métodos de pago que no le expongan a un riesgo innecesario. Contrate una póliza de seguro si lo cree necesario.

CONSEJOS PARA EL ÉXITO

Elija un proveedor de transporte fiable

Un servicio de entrega sin calidad puede crear una mala imagen de su empresa en el exterior. Elija un operador internacional de buena reputación y con servicio de entregas rápidas, que sea eficiente y con red internacional propia. Asegúrese de que sus bienes estén protegidos.

Pida ayuda

Hay muchos expertos que le pueden asesorar. Este soporte será fundamental en todas las fases del proceso de exportación. Así que ¡no dude solicitar la ayuda de los expertos!

¡Y por último ... **guarde esta guía en su mesa!**



¿NECESITA MÁS INFORMACIÓN?

TARIC

<http://www.taric.es/>

Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX)

<http://www.icex.es>

Cámara Internacional del Comercio

<http://www.iccwbo.org/id94/index.html>

INCOTERMS®

<http://www.INCOTERMS.com>

Agencia Tributaria

www.aeat.es/

Unión Europea

http://europa.eu/index_es.htm

Food and Drug Administration

<http://www.fda.gov/>

CITES

<http://www.cites.es>

Organización Mundial del Comercio (OMC)

<http://www.wto.org/indexsp.htm>

Cámaras de Comercio

<https://www.camaras.org>

Banco Mundial

<http://www.bancomundial.org/>

Fondo Monetario Internacional

<http://www.imf.org/external/spanish/index.htm>

Organización Internacional del Comercio

<http://www.iru.org/>

Word Customs Organization (Disponible en inglés y en francés)

<http://www.wcoomd.org/home.htm>

INFORMACIÓN ADICIONAL

Tabla de Incoterms® y obligaciones de comprador y vendedor



COSTES COMPRADOR/VENDEDOR SEGÚN INCOTERM ESTABLECIDO

Incoterms® 2010
según la Cámara Internacional de Comercio (ICC)

| COSTES VENDEDOR | COSTES COMPRADOR | SIGLAS | EMBLAJE Y VERIFICACION (Control, Calidad, Medida, Peso, etc.) | CARGA (Usado Camión, Vagon, Contenedor en Fabrica o Almacén) | TRANSPORTE INTERIOR (De Fabrica a Puerto, Aeropuerto, Terminal de Contenedores, Terminal TR, etc.) | FORMALIDADES ADUANERAS EXPORT | COSTES (1) MANIPULACION (Puerto, Aeropuerto, Terminal de Contenedores, Almacén, etc.) | TRANSPORTE PRINCIPAL | SEGURO MERCANCIA | COSTES (1) MANIPULACION (Puerto, Aeropuerto, Terminal de Contenedores, Almacén, etc.) | FORMALIDADES ADUANERAS IMPORT | TRANSPORTE INTERIOR (De Puerto, Aeropuerto, Terminal TR, a Fabrica o punto convenido) | RECEPCION o DESCARGA (En Fabrica Almacén) |
|-----------------|------------------|----------------|---|--|--|-------------------------------|---|----------------------|------------------|---|-------------------------------|---|---|
| | | | | | | | | | | | | | |
| V | C | EXW | V | C | C | C | C | C | | C | | C | C |
| | | FCA | V | V | V | V | C | C | | C | | C | C |
| | | FAS | V | V | V | V | C | C | | C | | C | C |
| | | FOB | V | V | V | V | V | C | | V | C | C | C |
| | | CFR | V | V | V | V | V | V | | V | C | C | C |
| | | CIF | V | V | V | V | V | V | V | V | C | C | C |
| | | CPT | V | V | V | V | V | V | | V | C | C | C |
| | | CIP | V | V | V | V | V | V | V | V | C | C | C |
| | | DAT (2) | V | V | V | V | V | V | | V | C | C | V |
| | | DAP (3) | V | V | V | V | V | V | | V | C | V | C |
| | | DDP | V | V | V | V | V | V | | V | V | V | C |








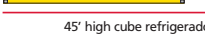





(1) Según condiciones del contrato de transporte. El riesgo de la mercancía, para el vendedor, termina en el puerto de embarque, en CFR y CIF y a la entrega de la misma al transportista, en CPT y CIP.

(2) La mercancía está descargada del medio de transporte.

(3) La mercancía no está descargada del medio de transporte.

Incoterms® es una marca registrada de la Cámara Internacional de Comercio.

TIPOS DE CONTENEDORES MARÍTIMOS

| | DIMENSIONES INTERIORES | PUERTA ABIERTA | TECHO ABIERTO | PESO (TARA) | CAPACIDAD CÚBICA | CARGA ÚTIL |
|--|---|-----------------------------------|-------------------------------------|-------------|---------------------|------------|
|  <p>20' estándar</p> | Long.: 5.898 mm Anch.: 2.350 mm Alt.: 2.390 mm | Anch.: 2.340 mm Alt.: 2.280 mm | | 2.200 Kg | 33 m ³ | 24.800 Kg |
|  <p>40' estándar</p> | Long.: 12.035 mm Anch.: 2.350 mm Alt.: 2.393 mm | Anch.: 2.339 mm Alt.: 2.274 mm | | 3.700 Kg | 67 m ³ | 28.800 Kg |
|  <p>40' high cube</p> | Long.: 12.030 mm Anch.: 2.350 mm Alt.: 2.690 mm | Anch.: 2.340 mm Alt.: 2.579 mm | | 3.930 Kg | 76 m ³ | 28.570 Kg |
|  <p>45' high cube</p> | Long.: 13.556 mm Anch.: 2.352 mm Alt.: 2.695 mm | Anch.: 2.340 mm Alt.: 2.579 mm | | 4.590 Kg | 86 m ³ | 27.910 Kg |
|  <p>20' refrigerado</p> | Long.: 5.440 mm Anch.: 2.294 mm Alt.: 2.237 mm | Anch.: 2.286 mm Alt.: 2.238 mm | | 2.750 Kg | 27,9 m ³ | 24.250 Kg |
|  <p>40' refrigerado</p> | Long.: 11.577 mm Anch.: 2.294 mm Alt.: 2.210 mm | Anch.: 2.286 mm Alt.: 2.238 mm | | 3.950 Kg | 58,7 m ³ | 28.550 Kg |
|  <p>40' high cube refrigerado</p> | Long.: 11.577 mm Anch.: 2.294 mm Alt.: 2.509 mm | Anch.: 2.290 mm Alt.: 2.535 mm | | 4.150 Kg | 67 m ³ | 28.350 Kg |
|  <p>45' high cube refrigerado</p> | Long.: 13.102 mm Anch.: 2.286 mm Alt.: 2.509 mm | Anch.: 2.294 mm Alt.: 2.535 mm | | 5.200 Kg | 75,4 m ³ | 27.300 Kg |
|  <p>20' open top</p> | Long.: 5.893 mm Anch.: 2.346 mm Alt.: 2.353 mm | Anch.: 2.338 mm Alt.: 2.273 mm | Long.: 5.488 mm Anch.: 2.230 mm | 2.200 Kg | 32 m ³ | 28.280 Kg |
|  <p>40' open top</p> | Long.: 12.056 mm Anch.: 2.347 mm Alt.: 2.379 mm | Anch.: 2.343 mm Alt.: 2.279 mm | Long.: 11.622 mm Anch.: 2.214 mm | 3.800 Kg | 67 m ³ | 28.700 Kg |
|  <p>20' flat rack</p> | Long.: 5.935 mm Anch.: 2.398 mm Alt.: 2.327 mm | | | 2.560 Kg | | 21.440 Kg |
|  <p>40' flat rack</p> | Long.: 12.080 mm Anch.: 2.420 mm Alt.: 2.103 mm | | | 5.480 Kg | | 25.000 Kg |
|  <p>40' tweendeck</p> | Long.: 11.823 mm Anch.: 2.197 mm | | | 4.860 Kg | | 39.580 Kg |

TIPOS DE PALETS AÉREOS

Mecanismo unidad de carga (ULD)

| MEDIDA BASE | IATA I.D. Código (ATA Código) IC DC | | VOLUMEN INTERIOR M ³ | | PESO (TARA) Includo Peso Neto | | |
|-------------|---|---|---------------------------------|------------|-------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | | | Long. cm | Anch. cm | Dimensión Externa | Dimensión Interna | Capacidad de Carga Aérea |
| | | | Tipo ULD para UDC | | | | |
| 88"X125" | PAG P1P P1G IC DC | | Long. cm | 318 | 295 | *7F MD | 6804 |
| | | | Anch. cm | 224 | 201 | **7 340 LD | 4626 |
| | | | Alt. cm | *244 | | *767L 330 LD | 5102 |
| | | | | **163 | | **777 310 LD | 5551 |
| | | | | *2A **5 | | **10 300 LD | 4670 |
| | | | | | | **11 LD | 6033 |
| | XAU IC | | Long. cm | 318 | 288 | *7F LD | 4626 |
| | | | Long'. cm | *457 | | *7LR LD | 3753 |
| | | | | **391 | | *7SR LD | 3615 |
| | | | Anch. cm | 224 | 194 | | |
| | | | Alt. cm | 163 | | **777 340 LD | 4626 |
| | | | | | | **10 330 LD | 4626 |
| | | | | | | **11 310 LD | 4626 |
| 96"X125" | PMC PQP P6P IC DC | | Long. cm | 318 | 295 | *7F MD | 6804 |
| | | | Anch. cm | 244 | 220 | *7F Lado Puerta MD | 6804 |
| | | | Alt. cm | *300 | | **7 340 LD | 5035 |
| | | | | **244 | | **767 330 LD | 5102 |
| | | | | ***163 | | **777 | 6055 |
| | | | | *2H **2 ** | | **11 | 5148 |
| 96"X196" | PZA IC DC | Doble Plataforma disponible para transporte por carretera | Long. cm | 498 | 484 | 7F LD | 11340 |
| | | | Anch. cm | 244 | 230 | Uso Normal | |
| | | | Alt. cm | 244 | | Transporte por Carretera | 9300 |
| | | | | | | 13LR | 7403 |
| 96"X238,5" | PGA P7E PGE (M-2) IC | | Long. cm | 606 | 592 | 7F LD | 11340 |
| | | | Anch. cm | 244 | 230 | | |
| | | | Alt. cm | 244 | | | |
| | | | | 1 | | | |

MAPA DE RUTAS

Mapa de rutas aéreas internacionales de DHL y diferencias horarias












INFORMACIÓN ÚTIL

Conversiones más comunes

| | |
|--------------------|---|
| Peso | 1 libra (1 lb) = 0,4536 kg |
| Longitud | 1 milla = 1.61 kilómetros |
| Longitud | 1 pulgada = 2,54 centímetros |
| Temperatura | Celsius a Fahrenheit ($C^{\circ} \times 1.8$) + 32 Fahrenheit a Celsius ($F^{\circ} - 32$) / 1.8 |

Monedas internacionales más utilizadas

| País | Moneda | Código |
|---|----------------------|----------|
| USA  | Dólar estadounidense | USD (\$) |
| Europa  | Euro | EUR (€) |
| Japón  | Yen japonés | JPY (¥) |
| UK  | Libra esterlina | GBP (£) |
| Suiza  | Franco suizo | CHF (Fr) |
| Australia  | Dólar australiano | AUD (\$) |
| Canadá  | Dólar canadiense | CAD (\$) |
| Suecia  | Corona sueca | SEK (kr) |
| Hong Kong  | Dólar de Hong Kong | HKD (\$) |
| Noruega  | Corona noruega | NOK (kr) |

FERIAS INTERNACIONALES

| FERIA | MES | PRODUCTOS | LUGAR |
|-------------------------------------|------------|---|---------------------|
| HOSTELCO 2014 | OCTUBRE | PROVEEDORES DE HOTELES Y RESTAURANTES | BARCELONA, ESPAÑA |
| BIOFACH 2014 | FEBRERO | PRODUCTOS ORGÁNICOS | NÜREMBERG, ALEMANIA |
| SUPERMARKET TRADE SHOW 2014 | FEBRERO | MULTISECTORIAL | TOKYO, JAPÓN |
| FRUIT LOGISTICA 2014 | FEBRERO | FRUTAS Y VEGETALES | BERLÍN, ALEMANIA |
| BOSTON WINE EXPO 2014 | ENERO | BEBIDAS ALCOHÓLICAS | BOSTON, EUA |
| IGW INTL GREEN WEEK BERLIN 2014 | ENERO | ALIMENTOS, AGRICULTURA Y HORTICULTURA | BERLÍN, ALEMANIA |
| FHC CHINA 2013- FOOD AND HOTEL | NOVIEMBRE | ALIMENTOS Y BEBIDAS | SHANGAI, CHINA |
| HORTI FAIR 2013 | NOVIEMBRE | FRUTAS Y VEGETALES | AMSTERDAM, HOLANDA |
| CHINA FISHERIES & SEAFOOD EXPO 2013 | NOVIEMBRE | PRODUCTOS DEL MAR | DALIAN, CHINA |
| AMERICAS FOOD & BEVERAGE SHOW 2013 | OCTUBRE | ALIMENTOS Y BEBIDAS | MIAMI, EUA |
| CANADIAN COFFEE & TEA SHOW 2013 | OCTUBRE | CAFÉ Y TÉ | VANCOUVER, CANADÁ |
| THE PMA FRESH SUMMIT 2013 | OCTUBRE | FRUTAS Y VEGETALES | NEW ORLEANS, EUA |
| EXPOALIMENTARIA PERÚ 2013 | OCTUBRE | ALIMENTOS, BEBIDAS, TECNOLOGÍA Y EMPAQUES | LIMA, PERÚ |
| HI HEALTH INGREDIENTS JAPAN 2013 | OCTUBRE | ALIMENTOS DIETÉTICOS, FUNCIONALES Y ORGÁNICOS | TOKIO, JAPÓN |
| COFFEE FEST SEATTLE 2013 | OCTUBRE | CAFÉ Y TÉ | SEATTLE, EUA |
| CONXEMAR 2013 | OCTUBRE | PRODUCTOS DEL MAR | VIGO, ESPAÑA |
| SUFFA 2013 | SEPTIEMBRE | CARNES | STUTTGART, ALEMANIA |
| NATURAL PRODUCTS EXPO EAST 2013 | SEPTIEMBRE | ALIMENTOS NATURALES Y ORGÁNICOS | BALTIMORE, EUA |
| MACFRUIT 2013 | SEPTIEMBRE | FRUTAS Y VEGETALES | CESENA, ITALIA |
| BIOFACH AMÉRICA 2013 | SEPTIEMBRE | PRODUCTOS ORGÁNICOS | BALTIMORE, EUA |
| PACK EXPO INTL 2013 | SEPTIEMBRE | EMPAQUES | LAS VEGAS, EUA |

FERIAS INTERNACIONALES

| FERIA | MES | PRODUCTOS | LUGAR |
|---|------------|---|--------------------------|
| FLORIDA RESTAURANT & LODGING SHOW 2013 | SEPTIEMBRE | ALIMENTOS, BEBIDAS, EQUIPOS PARA HOTELES Y RESTAURANTES | ORLANDO, EUA |
| SAMA 2013 | SEPTIEMBRE | ALIMENTOS NATURALES, SALUD Y MEDIO AMBIENTE | BOLOGNA, ITALIA |
| EXPO CAFÉ 2013 | SEPTIEMBRE | CAFÉ | MÉXICO D.F. MÉXICO |
| COMIDA LATINA 2013 | AGOSTO | ALIMENTOS Y BEBIDAS LATINOAMERICANOS | LOS ANGELES, EUA |
| BIOFACH AMÉRICA LATINA | JUNIO | PRODUCTOS ORGÁNICOS | SAO PAULO, BRASIL |
| FOOD TAIPEI 2013 | JUNIO | ALIMENTOS Y BEBIDAS | TAIPEI, TAIWÁN |
| COFFEE FEST CHICAGO 2013 | JUNIO | CAFÉ Y TÉ | CHICAGO, EUA |
| ALIMENTARIA MÉXICO | JUNIO | ALIMENTOS Y BEBIDAS | MÉXICO D.F., MÉXICO |
| HOFEX 2013 | MAYO | ALIMENTOS Y BEBIDAS | HONG KONG, CHINA |
| SIAL CHINA 2013 | MAYO | ALIMENTOS Y BEBIDAS | SHANGAI, CHINA |
| IFFA 2013 | MAYO | CARNES | FRANKFURT, ALEMANIA |
| SIAL CANADÁ 2013 | ABRIL-MAYO | ALIMENTOS Y BEBIDAS | TORONTO, CANADÁ |
| EUROPEAN SEAFOOD EXPOSITION 2013 | ABRIL | PRODUCTOS ORGÁNICOS Y NATURALES | LONDRES, REINO UNIDO |
| EXPOCOMER 2013 | ABRIL | MULTISECTORIAL | CIUDAD DE PANAMÁ, PANAMÁ |
| ALIMENTARIA PUERTO RICO 2013 | ABRIL | ALIMENTOS Y BEBIDAS | SAN JUAN, PUERTO RICO |
| IFE 2013- INTERNATIONAL FOOD & DRINK EVENT | MARZO | ALIMENTOS Y BEBIDAS | LONDRES, REINO UNIDO |
| SNAXPO | MARZO | SNACKS | TAMPA, EUA |
| AGRITRADE 2013 | MARZO | PRODUCTOS AGRÍCOLAS | ANTIGUA, GUATEMALA |
| NEW ENGLAND FOOD SHOW 2013 | MARZO | ALIMENTOS Y BEBIDAS | BOSTON, EUA |
| IBSS - INTERNATIONAL BOSTON SEAFOOD SHOW 2013 | MARZO | PRODUCTOS DEL MAR | BOSTON, EUA |
| NATURAL PRODUCTS EXPO WEST 2013 | MARZO | PRODUCTOS NATURALES Y ORGÁNICOS | ANAHEIM, EUA |
| FOODEX JAPAN 2013 | MARZO | ALIMENTOS Y BEBIDAS | TOKIO, JAPÓN |

- Especialistas en el transporte urgente internacional
- Red propia en 220 países y territorios en todo el mundo
- Servicios internacionales de exportación e importación y nacionales
- Expertos en aspectos aduaneros con personal propio en todo el mundo

www.dhl.es

EXCELLENCE. SIMPLY DELIVERED.

