



Cómo exportar a la Unión Europea

Guía práctica para PyMEs
en Centroamérica y Panamá

En colaboración con:



Banco
Interamericano de
Desarrollo

Sector de Integración
y Comercio

NOTAS TÉCNICAS

BID-TN-111

Marzo de 2010

Cómo exportar a la Unión Europea

Guía práctica para PyMEs
en Centroamérica y Panamá



Banco Interamericano de Desarrollo

2010

© Banco Interamericano de Desarrollo, 2010
www.iadb.org

Las “Notas técnicas” abarcan una amplia gama de prácticas óptimas, evaluaciones de proyectos, lecciones aprendidas, estudios de caso, notas metodológicas y otros documentos de carácter técnico, que no son documentos oficiales del Banco. La información y las opiniones que se presentan en estas publicaciones son exclusivamente de los autores y no expresan ni implican el aval del Banco Interamericano de Desarrollo, de su Directorio Ejecutivo ni de los países que representan.

Este documento puede reproducirse libremente a condición de que se indique que es una publicación del Banco Interamericano de Desarrollo.

Esta guía tiene el propósito de proporcionar información general y de orientar y facilitar el acceso a las fuentes primarias de información, de manera que el lector pueda documentarse por sí mismo y profundizar en las materias de su interés. Su contenido no sustituye los dictámenes oficiales ni la asesoría profesional en comercio. Se recomienda la búsqueda de asistencia legal especializada para materias específicas. El BID, la Comisión Europea, ECORYS y Cenpromype no garantizan la exactitud de la información aquí volcada ni asumen responsabilidad alguna por los errores o los daños que puedan resultar del uso de la información aquí contenida. Las ideas y opiniones expresadas en esta publicación son de los autores y no representan necesariamente la posición oficial de la Unión Europea. Esta guía ha sido elaborada para el BID por ECORYS Nederland BV, bajo la coordinación de Cenpromype, Centro Regional para la Promoción de la Micro y Pequeña Empresa en Centroamérica. Impreso en cooperación con Cenpromype.

ÍNDICE

ABREVIATURAS	1
INTRODUCCIÓN	1
EMPEZAR A EXPORTAR: INSTRUCCIONES PASO A PASO	3
1. ETAPA 1: RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN DE MERCADO	5
1.1 La Unión Europea	8
1.2 El Euro: la moneda única de la Unión Europea	12
1.3 La Unión Europea: unidad en diversidad	14
1.4 El mercado de la Unión Europea	17
1.5 Comercio exterior de la Unión Europea	19
1.6 Comercio entre la UE y Centroamérica	22
1.7 Política Comercial de la UE	26
1.7.1 Política a nivel multilateral	26
1.7.2 Preferencias unilaterales para países en desarrollo	26
1.7.3 Política comercial a nivel regional y bilateral	27
1.7.4 El Acuerdo de Asociación entre la UE y Centroamérica	28
1.8 Recomendaciones y consejos	32
2. ETAPA 2: ESTRATEGIA DE EXPORTACIÓN	37
2.1 ¿Por qué una estrategia de exportación?	37
2.2 Consejos y recomendaciones: ¿cómo crear una estrategia de exportación?	38
2.3 Recomendaciones y consejos	44
3. ETAPA 3: CONSIDERACIONES FINANCIERAS Y LEGALES	49
3.1 Modalidades de pago y financiamiento	50
3.1.1 Condiciones de entrega	51
3.1.2 Formas de pago	55
3.1.3 Reducción de riesgos	62
3.1.4 ¿Y si algo sale mal?	64
3.2 Las leyes y los requisitos del mercado: definiciones	64
3.3 Obstáculos técnicos al comercio	67
3.4 Salud y seguridad	69
3.4.1 Productos manufacturados: marca CE	69

3.4.2 Productos alimenticios: medidas sanitarias y fitosanitarias	75
3.4.3 Etiquetado y embalaje de productos	84
3.5 Ambiente	85
3.6 Requisitos voluntarios del mercado	89
3.6.1 Normas de calidad	89
3.6.2 Requisitos voluntarios del mercado: área de salubridad y seguridad	90
3.6.3 Requisitos voluntarios del mercado: área ambiental	92
3.7 Recomendaciones y consejos	95
4. ETAPA 4: AUTORIZACIÓN PARA EXPORTAR	99
4.1 Documentación y procedimientos aduaneros	100
4.1.1 Procedimientos	100
4.1.2 Documentación	104
4.2 Trámites para la autorización de exportaciones	108
4.2.1 Guatemala	108
4.2.2 El Salvador	109
4.2.3 Honduras	111
4.2.4 Nicaragua	112
4.2.5 Costa Rica	113
4.2.6 Panamá	114
4.3 Recomendaciones y consejos	115
5. ETAPA 5: ALMACENAJE Y TRANSPORTE	121
5.1 Hacer un contrato	122
5.2 Canales de distribución y medios de transporte	123
5.2.1 Carga en puerto de origen y destino	123
5.2.2 Medios de transporte	124
5.2.3 Seguro	126
5.2.4 Canales de distribución	127
5.2.5 Minoristas y distribuidores	129
5.2.6 Subcontratación de procesos de negocios (SPN) y co-fabricación	130
5.2.7 Marca privada	132
5.2.8 Comercio electrónico	132
5.3 Recomendaciones y consejos	133
6. ETAPA 6: ARANCELES E IMPUESTOS	136
6.1 Aranceles	137

6.1.1 Panorama general	137
6.1.2 Recomendaciones a los exportadores	140
6.2 Impuestos	146
6.2.1 Panorama general	146
6.2.2 Recomendaciones a los exportadores	148
6.3 Cuotas	149
6.3.1 Cuotas y contingentes arancelarias	149
6.3.2 Cuotas a procesamiento comercial hacia afuera	150
6.3.3 Recomendaciones a exportadores	150
6.4 Otras medidas	151
6.4.1 Competencia desleal (<i>antidumping</i>)	151
6.4.2 Licencias de importación	151
6.4.3 Prohibiciones	152
6.5 Recomendaciones y consejos	153
7. EJEMPLOS DE EMPRESAS QUE EXPORTAN A EUROPA	156
7.1 Estudio de caso: exportación de dulce orgánico hacia Francia	156
7.2 Estudio de caso: productos nostálgicos hacia España	158
7.3 Estudio de caso: el café y el cooperativismo empresarial	160
7.4 Estudio de caso: exportación de piñas hondureñas hacia Alemania	164
7.5 Estudio de caso: productos orgánicos de México	166
7.6 Estudio de caso: sin éxito pero con lecciones aprendidas	168
ANEXO: MODELOS DE DOCUMENTACIÓN ADUANERA	172
Certificado de Origen Formato A	173
Conocimiento de Embarque	175
Carnet TIR	176
Carnet ATA	178
Documento Único Administrativo (DUA)	179
Factura Comercial	180
Lista de Empaque	181
Formato DV 1	182
Certificado Sanitario	184
Certificado CITES	185

ABREVIATURAS

AA	Acuerdo de Asociación entre la Unión Europea y Centroamérica
AAE	Acuerdo de Asociación Económica
ACP	Estados de África, del Caribe y del Pacífico
ADPIC	Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio
AEC	Arancel Exterior Común
AGEXPORT	Asociación Gremial de Exportadores de Guatemala
AITA	Asociación Internacional de Transporte Aéreo
APEN	Asociación de Productores y Exportadores de Nicaragua
ASEAN	Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (<i>Association of Southeast Asian Nations</i>)
ATA	Asociación de Transporte Aéreo
B2B	Negocio entre empresas (<i>Business to Business</i>)
B2C	Negocio entre empresas y consumidores (<i>Business to Consumer</i>)
BCE	Banco Central Europeo
BRC	Asociación de Empresarios Minoristas Británicos (<i>British Retail Consortium</i>)
CAC	Código Aduanero Comunitario
CADEXCO	Cámara de Exportadores de Costa Rica
CARICOM	Comunidad del Caribe (<i>Caribbean Community</i>)
CBI	Centro para la Promoción de Importaciones desde Países en Desarrollo (<i>Center for the Promotion of Imports from Developing Countries</i>)
CCI	Cámara de Comercio Internacional (<i>International Chamber of Commerce, ICC</i>)
CCP	Puntos Críticos de Control (<i>Critical Control Points</i>)
CE	Marca indicando “Conformidad Europea”
CEE	Comunidad Económica Europea
CEN	Comité Europeo de Normalización
CENELEC	Comité Europeo de Normalización Electrotécnica
CENTREX	Oficina del Centro de Trámites de Exportación (El Salvador)
CENTREX	Centro de Trámites de Exportaciones (Honduras)
CETREX	Centro de Trámites de las Exportaciones (Nicaragua)
CFR	Costo y flete (<i>Cost and Freight</i>)
CFSP	Relaciones Exteriores y Política de Seguridad (<i>Common Foreign and Security Policy</i>)

CH-C	Consejo Hondureño para la Certificación Forestal Voluntaria
CIF	Costo, seguro y flete (<i>Cost, Insurance and Freight</i>)
CIP	Transporte y seguro pagado hasta (<i>Carriage and Insurance Paid</i>)
CITES	Convención de Comercio Internacional de Especies en Peligro de Extinción (<i>Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora</i>)
CLP	Clasificación, etiquetado y empaque de sustancias químicas y sus mezclas (<i>Classification, Labelling and Packaging of substances and mixtures</i>)
CONICEFV	Consejo Nicaragüense para la Certificación Forestal Voluntaria
CPC	Código de Procedimientos Aduaneros (<i>Customs Procedure Code</i>)
CPT	Transporte pagado hasta (<i>Carriage Paid To</i>)
CRC	Colón costarricense
D/P	Documentos contra pago
DAE	Declaración Aduanera de Exportación
DAEP	Declaración Aduanera de Exportación Provisional
DAF	Entregado en frontera (<i>Delivered At Frontier</i>)
DDP	Entregado derechos pagados (<i>Delivered Duty Paid</i>)
DDU	Entregado derechos no pagados (<i>Delivered Duty Unpaid</i>)
DEPREX	Declaración para Registro y Control de Exportaciones (<i>Declaration for the Registration and Control of Exports</i>)
DEQ	Entregado en muelle (<i>Delivered Ex-Quay</i>)
DES	Entregado sobre barco (<i>Delivered Ex Ship</i>)
DUA	Documento Único Administrativo
DVCE	Documento Veterinario Común de Entrada (<i>Common Veterinary Entry Document</i>)
ECHA	Agencia Europea de Sustancias y Preparados Químicos (<i>European Chemicals Agency</i>)
EEE	Espacio Económico Europeo (<i>European Economic Area</i>)
EFSA	Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (<i>European Food Safety Authority</i>)
EME	Empresas de Manejo de Exportaciones
EORI	Registro e identificación de los operadores económicos (<i>Economic Operator Registration Identification</i>)
ENS	Declaración sumaria de entrada (<i>Entry Summary Declaration</i>)
ETSI	Instituto Europeo de Normas de Telecomunicación (<i>European Telecommunications Standards Institute</i>)
EU-MEFTA	Libre Comercio Euro-Mediterránea (<i>Euro-Mediterranean Free Trade Area</i>)

EXW	<i>EX Works</i>
FAO	Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (<i>Food and Agriculture Organization of the United Nations</i>)
FAS	Franco al costado del buque (<i>Free Alongside Ship</i>)
FCA	Franco transportista (<i>Free Carrier</i>)
FIATA	Federación Internacional de Asociaciones de Transitarios (<i>Fédération Internationale des Associations de Transitaires et Assimilés</i>)
FITA	Federación de las Asociaciones Internacionales de Comercio (<i>Federation of International Trade Associations</i>)
FOB	Franco a bordo, Libre a bordo (<i>Free On Board</i>)
FODA	Análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (<i>Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats analysis</i>)
FSC	Consejo de Administración Forestal (<i>Forest Stewardship Council</i>)
FUSADES	Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social
GAP	Buenas Prácticas Agrícolas (<i>Good Agricultural Practices</i>)
GHS	Sistema Globalmente Armonizado para la Clasificación y Etiquetado de Químicos (<i>Globally Harmonized System of Classification and Labelling of Chemicals</i>)
GLOBALGAP	Entidad de Buenas Prácticas Agrícolas (<i>Global Partnership for Good Agricultural Practice</i>)
GMO	Organismos modificados genéticamente (OMG) (<i>Genetically Modified Organisms</i>)
GSP	Sistema Generalizado de Preferencias para Países Vulnerables (<i>Generalised System of Preferences</i>)
GTQ	Quetzal Guatemalteco
HACCP	Análisis de Peligros y Puntos de Control Críticos (APPCC) (<i>Hazard Analysis and Critical Control Points</i>)
HNL	Lempira hondureño
HS	Sistema Armonizado de Codificación y Clasificación de Mercancías (<i>Harmonized Commodity Description and Coding System</i>)
IAV	Información Arancelaria Vinculante
ICS	Sistema de Control de Importaciones (<i>Import Control System</i>)
I&D	Investigación y Desarrollo
INCOTERMS	Términos Internacionales de Comercio (<i>International Commercial Terms</i>)
INTRACEN	Centro Internacional del Comercio (<i>International Trade Center</i>)
IPC	Índice de Precios al Consumidor

ISO	Organización Internacional de Estandarización (<i>International Organization for Standardization</i>)
IVA	Impuesto al Valor Agregado (<i>Value Added Tax, VAT</i>)
JHA	Justicia y Asuntos Internos (<i>Justice and Home Affairs</i>)
MERCOSUR	Mercado Común del Sur
MNS	Noticias del Mercado (<i>Market News Service</i>)
MRL	Límites Residuales Máximos (<i>Maximum Residue Levels</i>)
MSC	Consejo de Supervisión Marítima (<i>Maritime Stewardship Council</i>)
MSF	Medidas Sanitarias y Fitosanitarias (<i>SPS; Sanitary and PhytoSanitary Measures</i>)
NC	Sistema de Nomenclatura Combinada
NCTS	Nuevo Sistema de Tránsito Computarizado (<i>New Computerised Transit System</i>)
NIBE	Instituto NIBE (Netherlands Institute for Banking, Insurance and Stockbroking company)
NIO	Córdoba nicaragüense
NMF	Nación Más Favorecida
NU	Naciones Unidas (<i>United Nations</i>)
OIRSA	Organismo Internacional Regional de Sanidad Agropecuaria
OMA	Organización Mundial de Aduanas
OMC	Organización Mundial del Comercio
OSD	Órgano de Solución de Diferencias
OTC	Obstáculos Técnicos al Comercio (<i>Technical Barriers to Trade</i>)
PAC	Política Agrícola Común
PBB	Polibromobifenilos o Bifenilos polibromados (<i>Polybrominated biphenyls</i>)
PBDE	Polibromodifenil éteres (<i>Polybrominated Diphenyl Ethers</i>)
PCA	Acuerdo de Asociación y Cooperación entre la UE y Rusia (<i>Partnership and Co-operation Agreement</i>)
PI	Propiedad Legal e Intelectual
PIB	Producto Interno Bruto
PROCOMER	Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica
PyMEs	Pequeñas y Medianas Empresas
RAEE	Directiva de Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos (<i>Waste Electrical and Electronic Equipment, WEEE</i>)
RDD	Ronda de Doha para el Desarrollo

REACH	Regulación sobre el Registro, Evaluación, Autorización y Restricción de Químicos (<i>Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals</i>)
RGI	Reglas Generales para la Interpretación de la NC
RH	Recursos Humanos
RoHS	Directiva Europea de Restricción de Sustancias Peligrosas (<i>Restriction of Hazardous Substances Directive</i>)
RPU	Régimen de Pago Único
SEADEx	Servicio Electrónico de Autorización de Exportaciones
SEED	Sistema para el Intercambio de Datos de Impuestos Especiales (<i>System for Exchange of Excise Data</i>)
SGP	Sistema Generalizado de Preferencias
SICA	Sistema de la Integración Centroamericana
SIECA	Secretaría de Integración Económica Centroamericana
SIGL	Sistema Integral de Gestión de Licencias
SIPROMICRO	Sistema de Información sobre la Microempresa en América Central
SVHC	Sustancias Altamente Preocupantes (<i>Substances of Very High Concern</i>)
SIVUCE	Sistema Electrónico de VUCE
SPN	Subcontratación de Procesos de Negocios
TARIC	Arancel Integrado de la Comunidad Europea (<i>Tarif Intégrée de la Communauté; Integrated Tariff of the European Community</i>)
TBT	Obstáculos Técnicos al Comercio (<i>Technical Barriers to Trade</i>)
TIR	Transporte Terrestre Internacional (<i>Transport International Routier</i>)
TLC	Tratado de Libre Comercio
TRQ	Contingente arancelario (<i>Tariff-rate quota</i>)
UE	Unión Europea (<i>European Union</i>)
USD	Dólar estadounidense
VUCE	Ventanilla Única de Comercio Exterior
VUPE	Ventanilla Única Para Exportación
WEEE	Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos (<i>Waste Electrical and Electronic Equipment</i>)

INTRODUCCIÓN

Si usted está interesado en expandir sus mercados y comenzar a exportar hacia Europa, esta guía puede serle útil. Ha sido creada, fundamentalmente, para pequeñas y medianas empresas (PyMEs) a las cuales les interesa recibir alguna directriz sobre el proceso de exportación. Aunque se describe el proceso general de exportación, el enfoque de esta guía está orientado a la exportación hacia la Unión Europea (UE); en este sentido, contiene información específica sobre aspectos tales como acuerdos comerciales, temas de mercado, regulaciones y trámites de importación, certificados, entre otros.

La UE constituye un mercado de consumo de 500 millones de personas que poseen un alto poder de compra, lo que lo convierte en un destino sumamente interesante, pese a que, quizás, no sea el mercado más cercano ni el más fácil hacia el cual exportar.

La presente guía se centra, principalmente, en bienes y productos, pero algunos aspectos analizados pueden ser aplicables a servicios como ingeniería y centros de llamadas (call centers), entre otros.

Una ventaja de la exportación es que puede convertirse en una alternativa rentable para expandir su negocio, distribuyendo los riesgos y reduciendo su dependencia en el mercado local. A través de la exportación, las empresas deben recurrir a nuevas ideas, prácticas de manejo, técnicas de mercadeo y formas de competir - capacidades que no podrían poner en práctica si un producto se ofreciese únicamente en el mercado local. Este conocimiento, adquirido con el proceso de exportación, puede también aplicarse al mercado local.

Al exportar, la productividad de una empresa puede incrementarse y el trabajo hacerse más eficiente. En general, aquellas empresas que exportan tienen mayores perspectivas de crecimiento y cuentan con personal altamente calificado y productivo que tiende a adoptar, con mayor rapidez, nuevas prácticas tecnológicas y mejores prácticas de manufactura.

Si la exportación directa a nuevos mercados parece abrumadora, pueden explorarse primero las siguientes opciones:

- Utilizar los servicios de un comerciante exportador (persona o empresa), quien será preparado para comprarle a usted y para vender en el exterior.

- Vender sus productos a través de un agente de exportaciones, quien realizará las actividades de mercadeo internacional en representación de su empresa a cambio de una comisión o retención. La desventaja de este método es que la empresa siempre estará sujeta a riesgos por incumplimiento de pago, riesgos a los cuales tendrá que hacer frente.
- Contratar los servicios de un asesor de exportación, quien sería responsable de desarrollar uno o dos mercados antes de entregarle (después de un período previamente establecido) la responsabilidad de mercadeo a la empresa. En la presente guía, se hace referencia a sitios de Internet sobre este tema; generalmente, estos sitios de Internet son accesibles sin ningún costo.

El objetivo de esta guía es contribuir a que las PyMEs de Centroamérica y Panamá puedan prepararse para exportar hacia la UE. Esta guía también será útil para aquellos empresarios que ya poseen cierta experiencia en exportación pero que quieren expandir su mercado.

La presente guía incluye:

- Información de fondo sobre el mercado de la UE.
- Consideraciones financieras previas a la exportación.
- Consideraciones de tipo legal previas a la exportación.
- Información sobre la logística y el transporte.
- Información sobre la aduana y los aranceles.

El presente documento inicia con el capítulo “Empezar a exportar: instrucciones paso a paso”. En este capítulo, el exportador obtendrá información, mediante un diagrama de flujo, de todos los pasos a tomar. Cada paso contiene una referencia que lo dirigirá hacia los capítulos del 1 al 6 donde podrá encontrar información más específica. Además, se incluyen sitios web que ofrecen información más detallada. En el capítulo 7, se presentan algunos estudios de casos de exportación por parte de PyMEs centroamericanas.

La información ofrecida es compleja, así como lo es el proceso de exportar a la UE, y es por eso que se ha hecho lo posible para simplificar esta información. Esperamos que esta guía le sea de utilidad y de ayuda para comenzar a exportar hacia la Unión Europea.

EMPEZAR A EXPORTAR: INSTRUCCIONES PASO A PASO

Si se quiere exportar, debe tenerse en claro que no será posible hacerlo de un día para otro. Una empresa tiene que prepararse antes de iniciar el proceso de exportación. El propósito de esta guía es orientarlo a través de todo el proceso, aplicado específicamente a la exportación hacia la UE. Para hacerlo más práctico, hemos dividido el proceso en seis etapas. Cada capítulo de esta guía coincide con una etapa diferente que proporciona información detallada sobre cómo prepararse mejor para el proceso de exportación. A continuación, encontrará un panorama general de cada etapa.

- **Etapas 1:** en esta etapa, se recolectará la información de mercado que permita a la empresa decidir si existen mercados dentro de la UE en los cuales deba concentrarse, tener una mejor idea de lo que encierra el proceso y definir si está lista para exportar.
- **Etapas 2:** en esta etapa, se formulará una estrategia de exportación. La presente guía permitirá a la empresa determinar si posee la capacidad interna y la preparación necesaria para insertarse en el proceso de exportación, profundizar el análisis del mercado y obtener las instrucciones para diseñar un plan de acción.
- **Etapas 3:** exportar traerá consecuencias financieras para su empresa. Usted no sólo deberá garantizar la calidad en forma constante y la capacidad instalada para la exportación, sino que además, deberá estar dispuesto a invertir cuando sea necesario, teniendo en cuenta que los términos de pago pueden ser diferentes. Estos temas se analizarán en la primera parte del capítulo tres. Para poder exportar a los mercados europeos, deberá conocer la legislación que regula la importación en la UE. Esta información puede parecer compleja, pero es imprescindible conocerla y comprenderla.
- **Etapas 4:** el proceso de exportación a la UE requiere de varios documentos. En esta etapa, se explicará cómo obtener estos documentos y se brindará información sobre los requisitos exigidos y la forma en que puede obtenerse esta información;

- **Etapa 5:** esta etapa explica cómo trasladar su producto a la UE, a través de cuáles medios de transporte y los lugares en donde puede ser almacenado.
- **Etapa 6:** antes de exportar, es necesario pagar trámites aduaneros, aranceles e impuestos y trasladar los bienes al cliente. En esta etapa, junto con la información detallada en el capítulo 6, se brindará información sobre tarifas, impuestos, cuotas y licencias de importación.

Figura 0.1
Etapas del proceso de exportación



1. ETAPA 1: RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN DE MERCADO

Si la empresa tiene interés en exportar, el primer paso importante es orientarse hacia las oportunidades que el mercado ofrece (exportar lo que el mercado demanda). Se puede empezar por visitar agencias de promoción, acudir a seminarios y eventos al respecto, y buscar información vía Internet. También, es muy importante evaluar si la empresa tiene la capacidad para exportar. Se podrá detectar y dar respuesta a preguntas básicas sobre la capacidad de exportación de la empresa, haciendo un análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, véase: <http://www.monografias.com/trabajos10/foda/foda.shtml>).

El siguiente paso consiste en llevar a cabo una investigación de mercado. El estudio de mercado no solamente ofrece un panorama de datos y cifras aglutinadas, sino que además identifica qué es lo que impulsa a un mercado y cómo puede posicionarse la empresa en él. La investigación de mercado consiste en la obtención de información sobre el tamaño y perspectivas de crecimiento del mercado, aranceles, regulaciones, canales de distribución, competencia, tendencias demográficas y producción local. Con esta información, es posible evaluar las oportunidades del mercado y determinar cuál es el costo en el que se incurrirá para aprovechar estas oportunidades. Esta información podrá dar respuesta a la siguiente pregunta: ¿Cómo competirá su producto o servicio en este mercado?

El siguiente paso, posterior a un estudio serio de mercado, es recabar información sobre las experiencias de empresas que participan activamente en dicho mercado, lo cual podría proporcionar información práctica sobre los tipos de compradores, cómo se realizan las negociaciones, cuáles son los factores culturales que intervienen en los tratos comerciales y obtener un panorama del contexto del mercado. Estas empresas se pueden encontrar en seminarios sobre “Cómo hacer Negocios”, reuniones de redes, etc. Los temas que se discuten durante estas reuniones podrían versar sobre un tópico específico del proceso de exportación, una industria o un país. Compartir las perspectivas de una empresa con otras empresas deriva en un beneficio de mucho valor, siempre y cuando no se realice con los competidores más cercanos. Muchas empresas suelen estar dispuestas a compartir sus experiencias.

También es muy importante investigar empresas en el país de destino para encontrar un socio confiable. Se pueden utilizar diversas fuentes para hacerlo: existen bases de datos y directorios en línea de empresas que operan en la UE (véase por ejemplo,

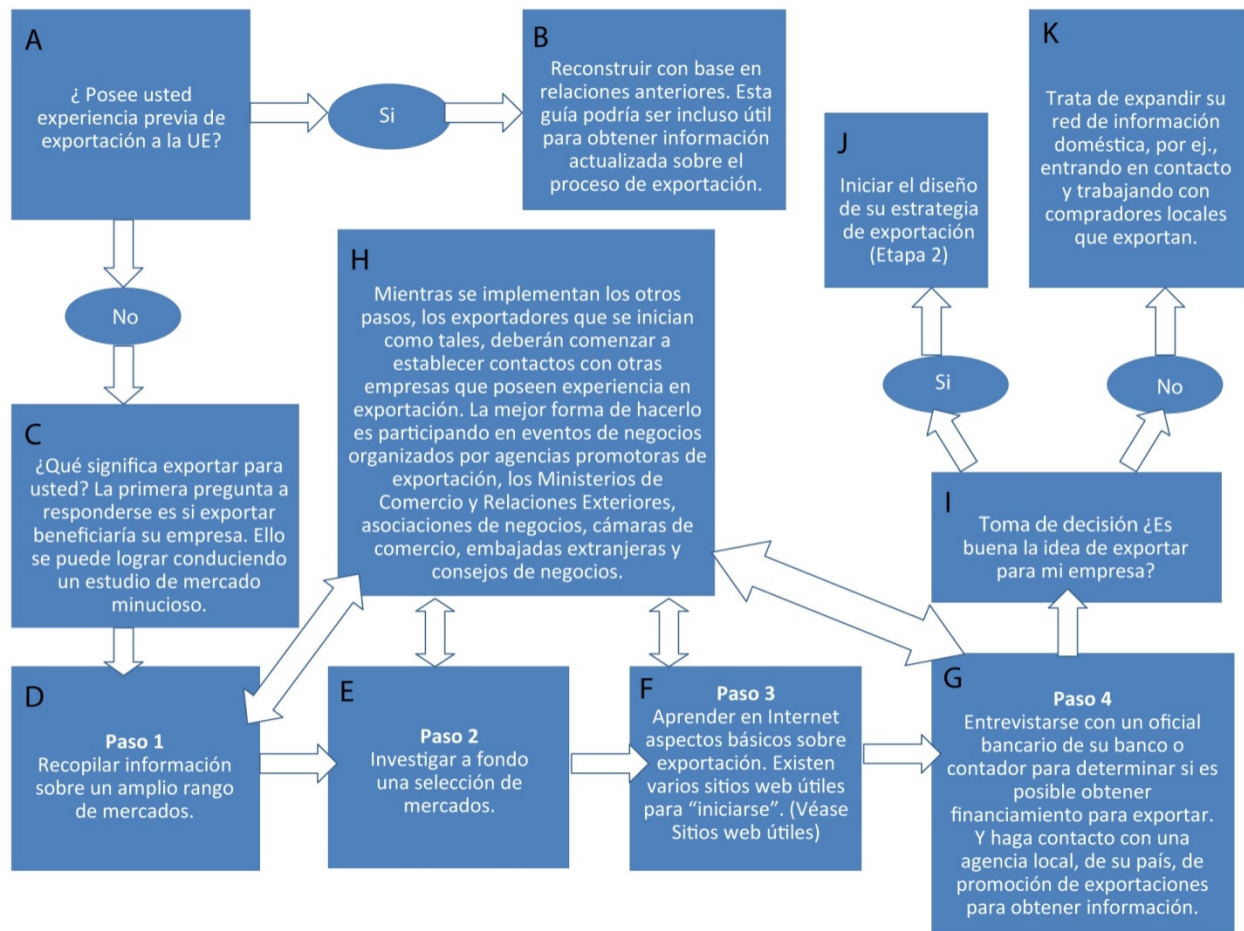
<http://www.intracen.org/menus/countries.htm>) y el CBI (Centro para la Promoción de Importaciones de Países en Desarrollo - www.cbi.eu) que elaboran informes sectoriales que incluyen sugerencias de socios potenciales.

Además de Internet, otras fuentes útiles para encontrar una empresa de importación son:

- Visitas a ferias, exposiciones y asistencia a misiones comerciales.
- Ponerse en contacto con las embajadas y oficinas comerciales de su propio país en el país de destino (sobre todo la parte económica) para ver si pueden ofrecerle ayuda.
- Contratar consultores para realizar una exploración del mercado.

El siguiente capítulo incluye información de fondo sobre la Unión Europea.

Figura 1.1
Recopilar información de mercado



Explicación de la Figura 1.1:

Etapa 1: Los diferentes pasos de esta etapa están orientados a la recolección de información. Este panorama general ofrece una breve explicación en cada casilla. Puede encontrar información más detallada en el capítulo correspondiente (Capítulo 1).

- A. En esta casilla, usted debe responder a la siguiente pregunta: ¿su empresa ha exportado anteriormente?
- B. Si su respuesta es afirmativa, ¿podrá utilizar estas relaciones para expandir su mercado de exportación? Por ejemplo, si usted trabaja con un comisionista, ¿cubrirá este comisionista otros mercados? o ¿su cliente actual tendrá oficinas en otros países?
- C. Para decidir si exportar sería beneficioso para su empresa, es necesario realizar un estudio de mercado que provea suficiente información para respaldar esta decisión.
- D. El primer paso es obtener información sobre los mercados potenciales a través de Internet, coordinar reuniones con cámaras de comercio y agencias de promoción de exportaciones para tener una idea general sobre estos mercados potenciales.
- E. El segundo paso, luego de obtener información sobre los mercados, es priorizar aquellos mercados que podrían identificarse como más importantes en función de diversas razones, como la existencia de una gran demanda

para su producto o que su producto aún no se encuentre disponible en ese mercado. Deberá estudiar este mercado más detalladamente.

- F. El tercer paso es encontrar más información sobre “cómo exportar”. Además de esta guía, también podrá visitar direcciones de sitios informativos en Internet que podrán ampliar su comprensión sobre el proceso de exportación.
- G. Para poder exportar, se deberán realizar inversiones no sólo de tiempo, sino también de dinero. Es recomendable que discuta con su contador o con su banco la disponibilidad económica para financiar su proceso de exportación.
- H. Es muy importante ampliar su red de información y encontrar empresas que estén dispuestas a compartir información sobre sus experiencias en el proceso de exportación: ¿qué salió bien y qué salió mal? Usted aprenderá mucho de las primeras experiencias de otras empresas que ya exportan.
- I. En base a la información recolectada, su empresa podrá tomar una decisión preliminar sobre la factibilidad y el interés en exportar.
- J. Si desea continuar con el proceso de exportación, es aconsejable que comience a formular una estrategia de exportación. Esto se explicará en la Etapa 2 (Capítulo 2).
- K. Si aún es muy pronto para que su empresa comience a exportar, es aconsejable expandir su red de información actual y buscar más clientes locales.

1.1 LA UNIÓN EUROPEA

La Unión Europea (UE) es una entidad geopolítica del continente europeo que está actualmente conformada por 27 Estados Miembros. Los orígenes de la UE pueden encontrarse en las cenizas de la II Guerra Mundial y descansan sobre la idea de crear una fundación supranacional para “hacer de la guerra algo impensable y materialmente imposible”¹ y potenciar la democracia.

En mayo de 1950, el ministro francés de relaciones exteriores, Robert Schuman, propuso que Francia, Alemania y cualquier otro país europeo que deseara unírseles, mancomunaran sus recursos de carbón y acero. La “Declaración Schuman” fue suscripta por Bélgica, Francia, Luxemburgo, Italia, los Países Bajos (Holanda) y Alemania, que sentaron las bases para lo que luego sería la Unión Europea. La UE se fundamenta en una serie de tratados. Actualmente, luego de varias anexiones, la Unión Europea aglutina a la mayoría de los estados en el continente europeo - 27 Estados Miembros.

¹ Declaración de Schuman, 9 de mayo de 1950.

Figura 1.2
Estados miembros de la UE

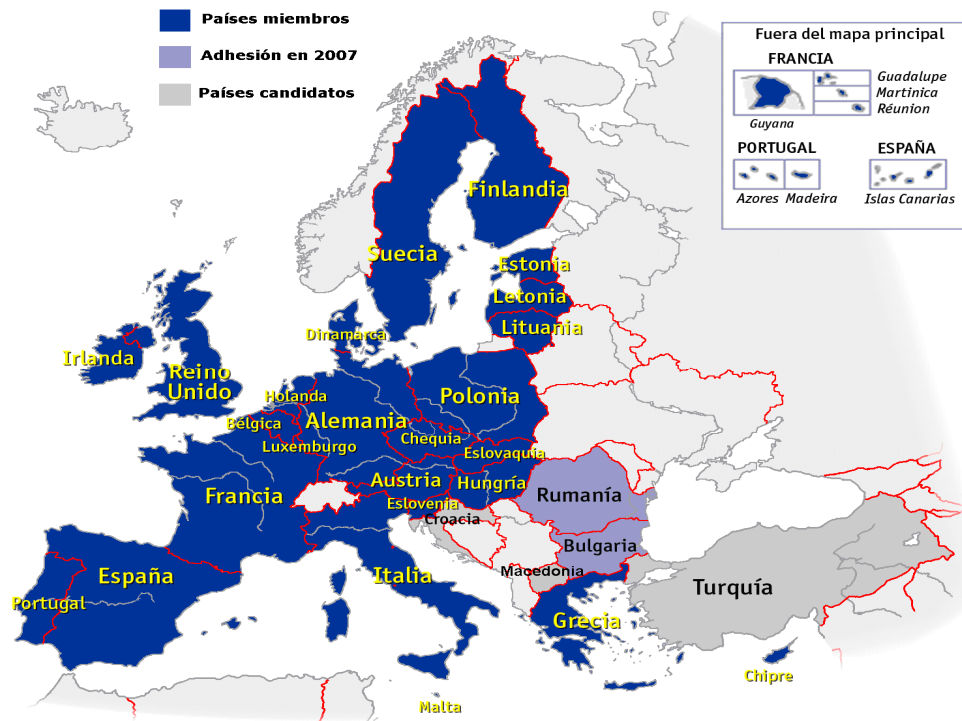


Tabla 1.1
Estados miembros de la UE y fechas de adhesión

Estados miembros de la UE	
Fecha de Adhesión	Países
1951	Alemania, Bélgica, Francia, Italia, Luxemburgo, Países Bajos
1973	Dinamarca, Irlanda y Reino Unido
1981	Grecia
1986	España, Portugal
1995	Austria, Finlandia, Suecia
2004	Chipre, Eslovaquia, Eslovenia, Estonia, Hungría, Letonia, Lituania, Malta, Polonia, República Checa
2007	Bulgaria y Rumania
Países candidatos	Croacia, la Antigua República Yugoslava de Macedonia y Turquía.

No todos los países del continente europeo son miembros de la UE o candidatos a serlo. Suiza, Liechtenstein, Noruega e Islandia no son miembros, pero sí comparten la legislación del Mercado Único Europeo en lo que concierne a la eliminación de las barreras físicas, técnicas y fiscales al comercio, ya sea a través del Espacio Económico Europeo (EEE), como es el caso de Islandia, Liechtenstein y Noruega, o de acuerdos bilaterales, como es el caso de Suiza. La vigencia de estos acuerdos crea un mercado único entre los 27 países de la UE y estos países no miembros.

El Mercado Único y Las Cuatro Libertades de la UE

En 1993, se creó el Mercado Único, con la ratificación del Tratado de Maastricht de 1992, para la formación de la Unión Europea. En el Mercado Único, se consolidan las Cuatro Libertades de la Unión Europea: libre circulación entre los Estados Miembros de bienes, servicios, capital y personas. El mercado interno es también una unión aduanera, sustentada en que una tarifa externa común se aplica a todos los bienes que entran en el mercado de la UE.

Más información general sobre la UE disponible en: http://europa.eu/index_es.htm o en: http://europa.eu/abc/index_es.htm

El Espacio Schengen

El Acuerdo de Schengen es parte del sistema de la UE y tiene como objetivo eliminar los controles fronterizos interiores dentro del “Espacio Schengen” y permitir la libre circulación de personas. El Espacio Schengen incluye a la mayoría de los miembros de la UE (excepto el Reino Unido, Irlanda, Bulgaria, Rumania y Chipre) y a algunos países no miembros (Noruega, Islandia, Suiza y Liechtenstein). Así, existe una única frontera externa armonizada, donde se efectúan los controles de entrada.

Mayor información sobre el Espacio Schengen disponible en: http://europa.eu/legislation_summaries/justice_freedom_security/free_movement_of_persons_asylum_immigration/l33020_es.htm

Por su parte, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá han celebrado un acuerdo especial con el Espacio Schengen, el cual establece que las personas que pertenecen a dichos países están exentas del requisito de obtención de visa de entrada al Espacio Schengen, siempre y cuando su permanencia en la región no exceda los 90 días, o si se encuentran en tránsito (véase: <http://www.immihelp.com/visas/schengenvisa/requirements-exemptions.html>).

Instituciones de la UE

- El **Consejo de la Unión Europea** representa a todos los Estados Miembros a nivel ministerial y es el principal órgano para la toma de decisiones de la UE.
- La **Comisión Europea** es el poder ejecutivo de la UE y es independiente de los gobiernos nacionales. El **Parlamento Europeo** representa a los ciudadanos de la UE, quienes eligen a sus integrantes cada cinco años.
- La **Corte de Justicia** es el órgano judicial de la UE y es el encargado de garantizar que la legislación se interprete y se aplique de manera uniforme en todos los Estados Miembros.

Más información sobre las instituciones de la UE disponible en http://europa.eu/institutions/index_es.htm

La UE no es un estado federal

La Unión Europea no es un estado federal, como los Estados Unidos, sino un marco referencial institucional basado en tratados que definen y administran la cooperación económica y política entre sus países miembros. Las políticas de la Unión Europea se dividen en tres áreas centrales llamadas pilares. El primero, el pilar “comunitario”, incluye políticas económicas, sociales y ambientales. En este pilar, la UE toma decisiones supranacionales. El segundo pilar, de “Relaciones Exteriores y Política de Seguridad” (CFSP, por sus siglas en inglés) incluye la política exterior y asuntos militares. Este pilar actúa a nivel supranacional (la UE toma decisiones sobre estos asuntos) y a nivel inter-gubernamental (los países toman decisiones sobre estos asuntos). El tercer pilar, de “Justicia y Asuntos Internos (JHA)” corresponde a la cooperación en la lucha contra el crimen. Este pilar funciona más entre líneas inter-gubernamentales.

1.2 EL EURO: LA MONEDA ÚNICA DE LA UNIÓN EUROPEA



En 1999, se introdujo una moneda europea única bajo una Unión Económica y Monetaria: el Euro (EUR o €). Once Estados Miembros de la UE fijaron la tasa de cambio irrevocable de sus monedas en la “Eurozona” (sus monedas nacionales permanecieron vigentes como medio de pago hasta el 2002). Desde el 1 de enero del 2002, el día del Euro, también se pusieron en circulación los nuevos billetes y monedas como medio de pago que reemplazaron a las monedas nacionales.

En la actualidad, el Euro es la moneda oficial en 16 Países de la UE. También es la moneda oficial de cuatro países no miembros. Los Estados Miembros que ingresaron recientemente a la UE adoptarán el Euro. Dinamarca, Suecia y el Reino Unido no forman parte de la Euro-zona por lo que todavía mantienen sus monedas nacionales.

Tabla 1.2
Países de la Eurozona

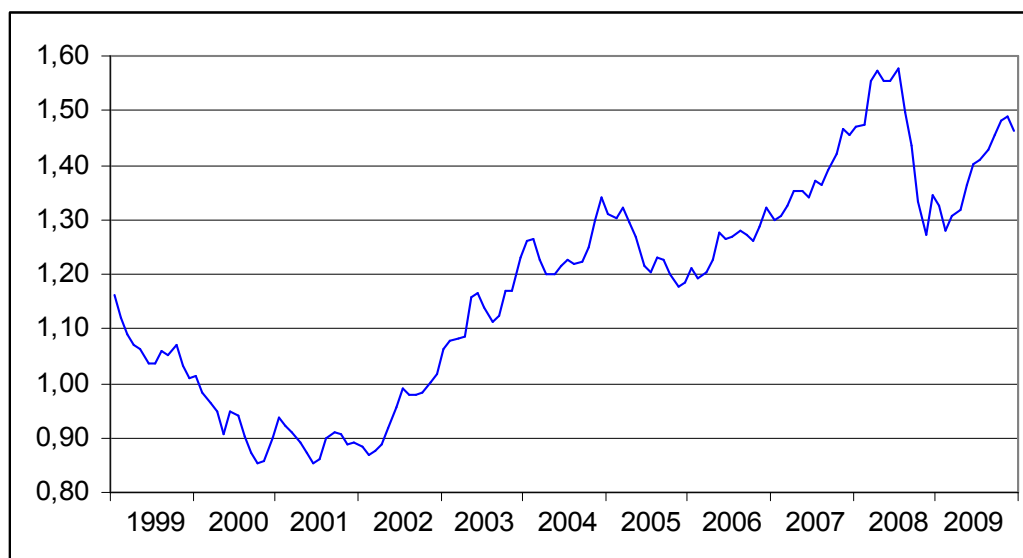
Países de la UE que tienen €	Países de la UE que no tienen €	Países de la UE que tendrán €
Alemania, Austria, Bélgica, Francia, Chipre, Finlandia, Grecia, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Malta, Países Bajos, Portugal, Eslovaquia, Eslovenia, España	Dinamarca, Suecia, Reino Unido	Bulgaria, Estonia, Hungría, Letonia, Lituania, Polonia, Rumania, República Checa

El Banco Central Europeo (BCE), en coordinación con los bancos centrales nacionales, guía las medidas monetarias de todos los Estados Miembros que participan de la Unión Monetaria Europea.

Es importante señalar que en condiciones de volatilidad del tipo de cambio, se introduce un elemento de riesgo para los exportadores que hacen sus negocios en una moneda distinta de la suya – en este caso el Euro (ver también la Sección 3.1.3).

Luego de su introducción en 1999, el Euro se depreció frente al dólar estadounidense y alcanzó su punto más bajo en octubre del 2000 (ver Figura 1.3). Sin embargo, el Euro se ha recuperado y apreciado en forma gradual en los últimos años, con una tasa de cambio de 1,44 (\$/€, que significa 1 Euro = 1,44 dólares, al 6 de enero de 2010).

Figura 1.3
Evolución de la tasa de cambio del Euro frente al Dólar
(\$/€ significa 1 Euro = x Dólares), 1999 – 2009



Fuente: Eurostat (enero 2010).

La Tabla 1.3 presenta la tasa de cambio del Euro respecto de las monedas de la región centroamericana al momento de edición de este documento (enero 2010).

Tabla 1.3
Tasa de cambio del Euro frente a las monedas utilizadas en la región centroamericana y Panamá

Con 1 Euro pueden comprarse:	1 unidad de moneda extranjera cuesta x Euros:
1,44 dólares – Panamá y El Salvador	1 USD = EUR 0,69
802,63 colones – Costa Rica	100 CRC = EUR 0,12
11,96 quetzales – Guatemala	100 GTQ = EUR 8,36
27,11 lempiras – Honduras	100 HNL = EUR 3,69
29,92 córdobas – Nicaragua	100 NIO = EUR 3,34

Fuente: <http://www.exchange-rates.org> , al 6 de enero de 2010.

Más información sobre tipos de cambio disponible en: <http://www.zonaeconomica.com/tipo-de-cambio>, en <http://es.exchange-rates.org/> o en <http://www.xe.com/es/>.

1.3 LA UNIÓN EUROPEA: UNIDAD EN DIVERSIDAD

Aunque la Unión Europea representa un mercado único, no es un mercado homogéneo. Existen grandes diferencias entre los países en cuanto a sus características nacionales, como el idioma, la historia, la cultura, la demografía y el poder adquisitivo. Estas particularidades deben ser tomadas en cuenta por los exportadores antes de incursionar en el mercado de la UE.

Diversidad en la UE

Los niveles de ingreso (PIB per cápita) de los diferentes Estados Miembros de la UE oscilan entre los € 80.000 (Luxemburgo) y menos de € 5.000 en Bulgaria. El PIB per cápita promedio en la UE es de € 25.100 (Fuente: Eurostat; ver Tabla 1.5).

En general, se puede decir que las regiones con niveles de ingreso más altos (promedio) están localizadas en el oeste y el norte de la UE (por ejemplo, el Reino Unido, Irlanda, los Países Bajos, Luxemburgo, Francia, Alemania, Dinamarca, Suecia y Finlandia). Los niveles de ingreso

más bajos se registran en los países del este, que recientemente se unieron a la UE (por ejemplo, Bulgaria, Rumania, Polonia y Hungría).

Actualmente, la Unión Europea tiene 22 idiomas oficiales que se hablan en diferentes Estados Miembros. Estos idiomas son empleados en sus instituciones, lo cual implica que la legislación y los documentos importantes se traducen y se encuentran disponibles en todos estos idiomas. No obstante, la mayoría de los documentos de la UE sólo se traducen a los idiomas que sean relevantes en cada caso. Los tres idiomas de procedimiento con los que suele trabajar la Comisión Europea son el inglés, el francés y el alemán. El español no es un idioma de procedimiento. España, que tiene alrededor de 47 millones de habitantes, es el único país en la UE en donde el idioma español es la lengua oficial. También existen poblaciones hispanas en otros países de la UE, pero representan minorías; la más grande es la de Francia, con 440.000 personas.

Las diferencias climáticas también contribuyen a la gran diversidad que existe dentro de la UE. Los países nórdicos se caracterizan por tener un clima frío y días oscuros en el invierno. La parte central de Europa tiene un clima templado, mientras que los países mediterráneos tienen un clima cálido, subtropical. Existen, también, muchas diferencias en los patrones de consumo determinadas por el ingreso, el clima, la historia y la cultura. Debido a que los mercados de la UE son diversos, dinámicos y altamente competitivos, los exportadores que pretenden incursionar en estos mercados deben tener en cuenta las formas en que estas diferencias influyen en la producción y en los patrones de consumo y, en base a ello, medir el potencial de mercado para sus exportaciones.

Más información sobre las características de los países miembros de la UE disponible en: http://europa.eu/abc/european_countries/index_es.htm.

Más información sobre las características de los mercados nacionales disponible en: <http://www.cbi.eu/marketinfo/cbi/>.

Unidad en Europa

No obstante la diversidad europea en términos del PIB per cápita, la actividad económica, el clima y la cultura, pueden aplicarse varias tendencias a los patrones de consumo, producción y distribución de su mercado. Esto es el resultado de la integración progresiva e internalización de

los mercados de la UE, así como del incremento general del bienestar a través del tiempo, desarrollos demográficos similares y cambios tecnológicos. Conocer y reflexionar sobre estas tendencias ayudará a los exportadores a formarse una imagen del “consumidor europeo”.

El “consumidor europeo” – algunas tendencias marcadas en la UE

Población de edad avanzada: La UE tiene una población de edad avanzada, lo cual implica que hay un grupo en crecimiento de adultos de la tercera edad que se encuentra en retiro. Debido al incremento en la expectativa de vida y en los estándares de salud, así como también a un sistema de seguridad social bien establecido en la mayoría de los países, hay un grupo en crecimiento de personas mayores con relativamente buena salud que disponen de tiempo y dinero para gastar. Esto influye, por ejemplo, en la demanda de servicios recreativos, bienes suntuarios, oferta de servicios de salud, productos farmacéuticos y productos de conveniencia.

Hogares unipersonales: Particularmente en la zona noroccidental de la UE, el número de hogares unipersonales está en alza. Esta tendencia responde a que los jóvenes dejan el hogar paterno para vivir en forma independiente, otros se casan y tienen hijos posteriormente y también a un incremento en la expectativa de vida y en los estándares de salud que permite que los adultos mayores puedan vivir de manera autónoma por más tiempo. Este patrón tiene consecuencias generales sobre las demandas del consumidor. Por ejemplo, existe un alza en la demanda de bienes de consumo necesarios a nivel doméstico y un incremento en la demanda de productos alimenticios empacados en cantidades unipersonales, más pequeñas.

Conveniencia: Junto con los cambios demográficos (más hogares unipersonales, una sociedad que envejece, mayor participación de la mujer en el mercado laboral y más altos niveles de ingreso) existe una creciente demanda de productos de conveniencia. Ello se refleja en una mayor demanda por parte del consumidor de productos y servicios que ahorran tiempo. Ejemplo de ello son los productos alimenticios pre-cortados y pre-preparados, productos o servicios ofrecidos a través de Internet, pequeños negocios de una “parada-para-comprar” ubicados en estaciones de tren, etc.

Salud: Los consumidores de la UE han desarrollado un interés por productos compatibles con un estilo de vida más saludable. Ello se ha reflejado en el aumento del consumo de productos alimenticios saludables, exóticos y orgánicos, y también de productos dietéticos (“*light*”) y preparaciones vitamínicas.

Mercados multiculturales: La composición étnica de la población de la UE ha sido influenciada por flujos migratorios significativos. En la mayoría de sus países, existen etnias minoritarias de un tamaño considerable que tienen un impacto tanto en la demanda (como consumidores) como en la oferta (iniciando sus propios negocios), que reflejan sus diferentes estilos de vida y patrones de consumo. Esto ha derivado en una ampliación del rango de productos en el mercado, particularmente, de productos y servicios exóticos. Esta tendencia ha ido de la mano con la tendencia creciente de los mercados de consumo “globalizados” y el

crecimiento del comercio internacional y su movilidad, induciendo el aumento de la demanda de una mezcla de productos variados y transculturales por parte del consumidor.

Preferencia por la calidad y el servicio: Como resultado de un mayor poder adquisitivo (especialmente en la región occidental de Europa) y de un rango más amplio de productos disponibles, los consumidores europeos ahora tienen el poder de exigir mayores estándares de calidad y de servicio. Los consumidores disponen de muchas fuentes para informarse y comparar la calidad y las características de un producto.

Responsabilidad social corporativa: Existe una mayor concientización sobre la importancia de la responsabilidad social y la sostenibilidad ambiental de los productos. La imagen corporativa se traslada a sus productos. Los consumidores críticos están reclamando una conducta “responsable” a las empresas de quienes compran productos y en las cuales quieren trabajar. El aumento significativo de los mecanismos de certificación (privados) sociales y ambientales es un reflejo de esta tendencia.

Más información sobre las características clave de la UE y los europeos disponible en: http://europa.eu/abc/keyfigures/index_es.htm

Más información sobre los desarrollos y las tendencias en el mercado de la UE disponible en: http://www.cbi.eu/marketinfo/cbi/docs/capitulo_2_desarrollos_y_tendencias_en_el_mercado_de_la_ue

1.4 EL MERCADO DE LA UNIÓN EUROPEA

La Unión Europea es un mercado productor y consumidor muy grande. Su población total es de aproximadamente 500 millones de habitantes. El total del PIB de la UE en el 2008 fue de €12,5 billones. Los principales indicadores socio-económicos se detallan en la Tabla 1.4.

Tabla 1.4
Principales indicadores económicos de la UE, 2008

Indicador	UE
Ingreso y Producción	
PIB (€ billones, precios actuales)	12,5
PIB per cápita UE27 (€ , precios actuales)	25.100
Tasa de crecimiento PIB real (crecimiento anual en %, 2008)	0,8

Indicador	UE
Población	
Población (millones)	497,6
Inflación	
Índice de Precios al Consumidor, IPC (2008; Año 2005 = 100)	108,6

Fuente: Eurostat (enero 2010).

Como se mencionó anteriormente, la Unión Europea consta de varios países con mercados y características distintas. También existe un diferencial considerable en los niveles de ingreso entre varios Estados Miembros de la UE. En la Tabla 1.5 se detallan los diferentes niveles de ingreso de los Estados Miembros.

Tabla 1.5
PIB per cápita de los Estados Miembros de la UE, 2008

Estados Miembros UE	PIB (€ millones)	PIB per cápita (€)	Estados Miembros UE	PIB (€ millones)	PIB per cápita (€)
27 Total UE	€ 12.506.779	€ 25.100	Chipre	€ 17.248	€ 21.700
Luxemburgo	€ 39.347	€ 80.500	Grecia	€ 239.141	€ 21.300
Dinamarca	€ 233.027	€ 42.400	Eslovenia	€ 37.135	€ 18.400
Irlanda	€ 181.815	€ 40.900	Portugal	€ 166.437	€ 15.700
Países Bajos	€ 595.883	€ 36.200	República Checa	€ 147.879	€ 14.200
Suecia	€ 328.088	€ 35.400	Malta	€ 5.703	€ 13.800
Finlandia	€ 184.179	€ 34.800	Eslovaquia	€ 64.778	€ 12.000
Austria	€ 281.868	€ 33.800	Estonia	€ 16.073	€ 12.000
Bélgica	€ 344.676	€ 32.200	Hungría	€ 105.536	€ 10.500
Alemania	€ 2.495.800	€ 30.400	Letonia	€ 23.160	€ 10.200

Estados Miembros UE	PIB (€ millones)	PIB per cápita (€)	Estados Miembros UE	PIB (€ millones)	PIB per cápita (€)
Francia	€ 1.950.085	€ 30.400	Lituania	€ 32.203	€ 9.600
Reino Unido	€ 1.818.948	€ 29.600	Polonia	€ 362.415	€ 9.500
Italia	€ 1.572.243	€ 26.300	Rumania	€ 139.753	€ 6.500
España	€ 1.088.502	€ 23.900	Bulgaria	€ 34.118	€ 4.500

Fuente: Eurostat (enero 2010).

Más información sobre las características de los mercados nacionales de la UE disponible en: <http://www.cbi.eu/marketinfo/cbi/> y a través de los enlaces en:

http://europa.eu/abc/european_countries/index_es.htm.

Más información estadística sobre los mercados nacionales disponible en: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/guip/introAction.do?profile=cpro&theme=eurind&lang=en>

La Unión Europea un mercado orientado hacia los servicios

Durante las décadas pasadas, la estructura de la economía de la UE se fue desplazando hacia el dominio del sector de los servicios. En la actualidad, el 78% del valor bruto agregado a su economía surge del sector de los servicios, el 20% surge de la industria y un 2% del sector agrícola. Fuente: Eurostat (enero 2010).

1.5 COMERCIO EXTERIOR DE LA UNIÓN EUROPEA

La UE es el bloque comercial más grande del mundo. En el 2008, el volumen total del comercio de la UE (el valor total de todas las importaciones y las exportaciones de la UE con el resto del mundo) ascendía a casi € 2,86 billones. Además, el comercio intra-UE (es decir, el comercio interno entre los países miembros de la UE) ascendía a € 5,06 billones. Así, la UE figura como número uno del mundo en volúmenes de exportación, pero segundo en volúmenes de importación, después de los Estados Unidos.

Tabla 1.6
Comercio total de bienes y servicios de la UE, 2008

Comercio de bienes y servicios (en miles de millones de €)	
Importaciones de bienes	1.535,2
Exportaciones de bienes	1.325,5
Importaciones de servicios	443,0
Exportaciones de servicios	524,2

Nota: Los datos de comercio para la UE excluyen el comercio intra-UE, es decir, no incluye el comercio interno entre los países miembros de la UE. Fuente: Eurostat (enero 2010).

El comercio entre los Estados Miembros de la Unión Europea constituye gran parte del total del comercio de la UE. Aparte de este componente de comercio interno, los Estados Unidos es uno de sus socios comerciales más grandes, tanto como destino de exportaciones como fuente de importaciones (principalmente de servicios) mientras que Asia es el socio más grande de la UE como fuente de importaciones de bienes.

La Tabla 1.7 enumera los cinco sectores exportadores e importadores principales de bienes de la UE. El sector exportador de bienes más grande de la UE corresponde a maquinaria y equipos de transporte, sector que representó el 44% del comercio fuera de la UE en el 2007. Los productos de mayor importación también fueron maquinaria y equipos de transporte, que representaron el 29% del total de las importaciones.

El sector de alimentos, bebidas y tabaco, que representa el 6% del total de las importaciones, incluye, por ejemplo, vegetales y frutas (que representan el 27% de las importaciones dentro de este sector), pescado (que representa el 20% de las importaciones dentro de este sector), café, té y especias (que representan el 14% de las importaciones dentro de este sector). La UE es el importador más grande de productos agrícolas procedentes de países en desarrollo. Paralelamente, la UE es el exportador más grande de carne, leche y cereales.

Tabla 1.7

Grupos de productos (bienes) de mayor importancia comercial de la UE, 2007

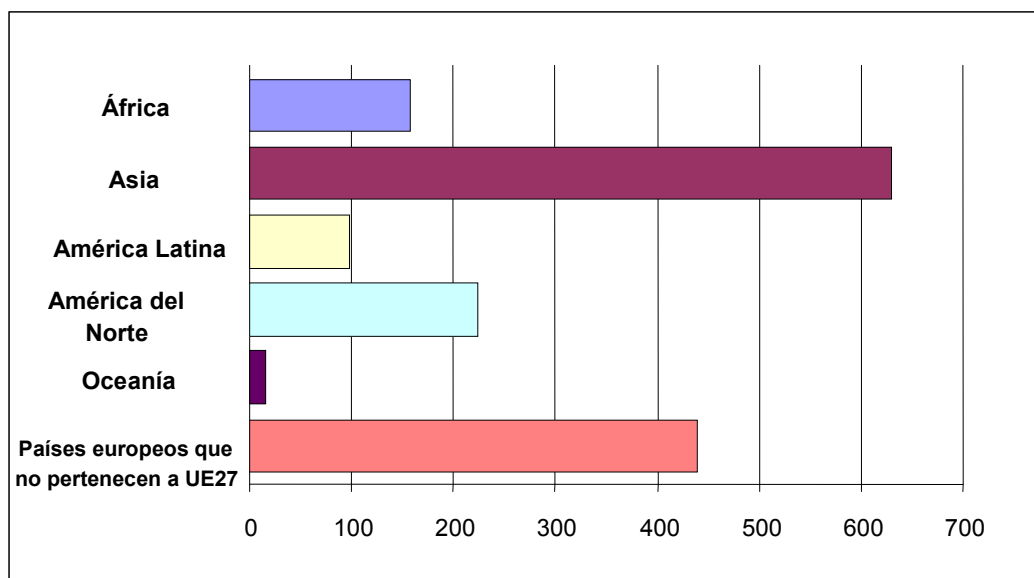
Exportaciones	Valor (mil millones de €) 2007	% del total 2007
Maquinaria y equipos de transporte	543,16	43,8
Otros productos manufacturados	309,81	25,0
Químicos y productos relacionados	197,90	15,9
Combustibles minerales, lubricantes y materiales relacionados	63,68	5,1
Alimentos, bebidas y tabaco	62,03	5,0
Materias primas	30,28	2,4
Importaciones		
Maquinaria y equipos de transporte	418,61	29,1
Otros productos manufacturados	382,10	26,8
Combustibles minerales, lubricantes y materiales relacionados	335,02	23,3
Químicos y productos relacionados	120,63	8,4
Alimentos, bebidas y tabaco	75,60	5,3
Materias primas	70,46	4,9

Fuente: Eurostat (enero 2010)

Más información sobre los sectores de importación y exportación de la UE disponible en: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/external_trade/introduction

Para la UE, las regiones principales de importación de bienes (excluyendo los servicios) son Asia (principalmente, China), los países europeos que no son miembros de la UE y América del Norte (principalmente, los EE.UU.).

Figura 1.4
Socios comerciales principales de la UE, origen de importaciones de bienes 2008
(miles de millones de €)



Nota: América del Norte se compone de los Estados Unidos, Canadá, Groenlandia y San Pedro y Miquelón (geonomenclatura Eurostat). Fuente: Eurostat (enero 2010).

1.6 COMERCIO ENTRE LA UNIÓN EUROPEA Y CENTROAMÉRICA

El volumen de comercio total de la UE con Centroamérica superó los € 10 mil millones en 2008 (Fuente: Eurostat). Las importaciones de la UE desde la región centroamericana representaron el 0,34% del total de sus importaciones y las exportaciones hacia Centroamérica ascendieron a un 0,39% del total de las exportaciones de la UE.

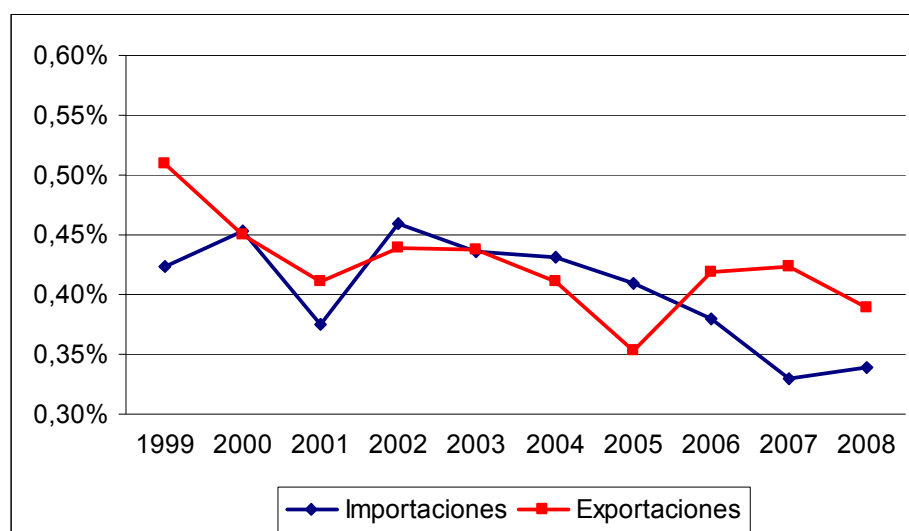
Para Centroamérica, estos volúmenes de intercambio comercial con la UE representaron una participación del 10% del total de las importaciones centroamericanas y un 21% de las exportaciones totales (Tabla 1.8 y Figura 1.5).

La UE es el segundo socio comercial de Centroamérica (respecto del valor de comercio total) después de los Estados Unidos. Centroamérica, en cambio, no figura dentro de los 20 socios comerciales más importantes de la Unión Europea.

Tabla 1.8
Comercio de la Unión Europea con Centroamérica, incluido Panamá, 2008
 (% del comercio total)

Flujo	Porcentaje de comercio total	
	UE desde/a Centroamérica	Centroamérica desde/a la UE
Importaciones	0,34%	10,2%
Exportaciones	0,39%	20,8%

Figura 1.5
Comercio de la Unión Europea con Centroamérica, 1999 – 2008 (% del comercio total)



Fuente: EUROSTAT (enero 2010).

Cuando se realiza un análisis a nivel país en la región centroamericana y panameña, Costa Rica y Panamá son los socios comerciales más importantes de la UE (Tabla 1.9). Costa Rica fue responsable del 60% (€ 3.181 millones) de las importaciones de bienes de la UE desde Centroamérica, mientras que Panamá acogió el 53% (€ 2.682 millones) del total de las exportaciones de bienes de la UE hacia Centroamérica en 2008.

Tabla 1.9
Comercio de bienes de la Unión Europea con países de Centroamérica y Panamá, 2008
(millones de €)

	Costa Rica	El Salvador	Guatemala	Honduras	Nicaragua	Panamá	Total
Importaciones de la UE desde:	€ 3.181	€ 235	€ 389	€ 483	€ 187	€ 837	€ 5.311
Exportaciones de la UE hacia:	€ 823	€ 561	€ 559	€ 341	€ 126	€ 2.682	€ 5.093
Balance comercial	€ -2.358	€ 327	€ 170	€ -142	€ -60	€ 1.845	€ -218
Comercio total	€ 4.004	€ 796	€ 947	€ 824	€ 313	€ 3.520	€ 10.404

Fuente: EUROSTAT (enero 2010). Nota: las cifras de Panamá excluyen el Canal de Panamá (zona Colón).

El sector exportador de bienes más importante de la UE hacia la región centroamericana es el sector de maquinaria y equipos de transporte. Este sector es el más grande respecto de todos los países centroamericanos. En el caso de Panamá, este sector representó el 65% de todas las exportaciones de la UE hacia Panamá.

El sector importador de bienes más grande en la UE desde la región centroamericana es el de alimentos y animales para El Salvador (67% del total de importaciones de la UE desde El Salvador), Guatemala (57% del total), Honduras (80% del total) y Nicaragua (63% del total). En el caso de Panamá y Costa Rica, el sector importador de bienes más importante es maquinaria y equipos de transporte (60% y 55% del total, respectivamente), seguido por el de alimentos y animales (32% y 38% del total, respectivamente).

Tabla 1.10

Grupos de productos de mayor valor comercial de la Unión Europea con países de Centroamérica, 2008 (millones de €)

Importaciones de la UE desde:		Valor	% de importaciones totales de la UE desde:
Costa Rica	Maquinaria y equipos de transporte	€ 1.741	54,7%
El Salvador	Alimentos y animales	€ 158	67,1%
Guatemala	Alimentos y animales	€ 223	57,4%
Honduras	Alimentos y animales	€ 388	80,4%
Nicaragua	Alimentos y animales	€ 120	64,3%
Panamá	Maquinaria y equipos de transporte	€ 502	60,0%
Exportaciones de la UE hacia:		Valor	% de exportaciones totales de la UE hacia:
Costa Rica	Maquinaria y equipos de transporte	€ 300	36,5%
El Salvador	Maquinaria y equipos de transporte	€ 370	66,0%
Guatemala	Maquinaria y equipos de transporte	€ 221	39,6%
Honduras	Maquinaria y equipos de transporte	€ 206	60,3%
Nicaragua	Maquinaria y equipos de transporte	€ 67	52,9%
Panamá	Maquinaria y equipos de transporte	€ 1.731	64,6%

Fuente: Eurostat.

Más estadísticas de comercio e información sobre los mercados nacionales de los países miembros de la UE disponible en: <http://www.trademap.org/Index.aspx> o en <http://comtrade.un.org/> y en http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/external_trade/introduction

1.7 POLÍTICA COMERCIAL DE LA UNIÓN EUROPEA

1.7.1 Política a nivel multilateral

La Unión Europea es miembro de la Organización Mundial del Comercio (OMC). En el marco de la OMC, como institución internacional, se administran acuerdos comerciales multilaterales, se negocian nuevas disciplinas y condiciones de acceso a los mercados y se resuelven disputas comerciales entre los países. Así, la OMC es responsable de la liberalización del comercio multilateral y cuando surge un conflicto comercial entre algunos países el Órgano de Solución de Diferencias (OSD) es el encargado de resolverlos. Todos los países miembros de la OMC (incluida la UE, todos los países centroamericanos y Panamá) están sujetos a estas normas de negociación y a las reglas del OSD y así, en cierta medida, la OMC también incide en el comercio entre estos dos mercados.

Más información sobre la OMC disponible en: http://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/whatis_s.htm

1.7.2 Preferencias unilaterales para países en desarrollo

La Unión Europea participa en iniciativas que facilitan el acceso a su mercado por parte de países en desarrollo, asignándoles un estatus preferencial sobre los socios comerciales del mundo desarrollado. Ello se hace en el marco del Sistema Generalizado de Preferencias (SGP), esquema que ha posibilitado un incremento significativo en las importaciones de la UE desde países en desarrollo. Asimismo, en la actualidad, el mercado de la UE permite la entrada, ya sea libre de aranceles o a una tarifa arancelaria reducida, al 80 por ciento de los bienes producidos en los países en desarrollo.² A continuación, se exponen los regímenes bajo este esquema.

SGP Estándar

Desde la década de los setenta, según el régimen SGP, la Unión Europea ha otorgado a 176 países en desarrollo (incluso los países centroamericanos y Panamá) acceso preferencial no

² Comisión Europea (2005), GSP: The New EU Preferential Market Access System for Developing Countries.

recíproco a su mercado, ya sea libre de arancel o con un arancel reducido³, para aproximadamente 7.000 productos.

SGP+

En el año 2005, la UE extendió el régimen SGP para permitir mayor acceso preferencial a países en desarrollo calificados como vulnerables (entre ellos, Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica y Panamá), permitiendo importaciones desde estos países siempre y cuando éstos cumplan con ciertos requisitos. Éstos incluyen la ratificación y consecuente aplicación de ciertas mejoras en el área de los derechos humanos, derechos laborales, gobierno y ambiente.⁴ El nuevo SGP+ entró en vigor en 2009. En este momento, Panamá no es un país beneficiario del régimen.⁵

En la Sección 6.1.2, se explican todos los trámites que deben realizarse para poder acceder a las tarifas preferenciales del SGP y el SGP+.⁶

Más información sobre el SGP disponible en: <http://www.unctad.org/TEMPLATES/Page.asp?intItemID=1418&lang=3>

Más información sobre el SGP+ disponible en: http://europa.eu/legislation_summaries/external_trade/cx0003_es.htm

1.7.3 Política comercial a nivel regional y bilateral

Además de ser miembro de la OMC, la UE participa activamente en la negociación e implementación de acuerdos comerciales regionales y bilaterales. Los más importantes son:

Acuerdos de Asociación Económica (AAE)

La UE mantiene lazos fuertes con sus antiguas colonias y estados miembros de territorios de ultramar, conocidos colectivamente como los Estados de África, del Caribe y del Pacífico (ACP).

³ Véase <http://ec.europa.eu/trade/wider-agenda/development/generalised-system-of-preferences>.

⁴ Véase la nota de la CE (2005) para más detalles sobre los acuerdos.

⁵ Véase <http://ec.europa.eu/trade/wider-agenda/development/generalised-system-of-preferences>.

⁶ Debe tenerse en cuenta que cuando se aplique el Acuerdo de Asociación entre la UE y Centroamérica, las preferencias del SGP serán sustituidas por el AA.

En el año 2000, se introdujo el Acuerdo Cotonou para crear y promover el diálogo político, la cooperación hacia el desarrollo, el comercio y las inversiones entre la UE y el ACP. Los AAE se fundamentan en cuatro pilares: la colaboración, la integración regional, el desarrollo y el comercio. El pilar comercial consiste en la introducción de tratados recíprocos, con una duración de 12 años, de programas de liberalización entre regiones. Los AAE también promueven iniciativas regionales de integración, ya existentes, entre las regiones del ACP. En 2008, la UE firmó un AAE con los países de la Comunidad del Caribe (CARICOM) (excepto Haití) y la República Dominicana.

Área de Libre Comercio Euro-Mediterránea (EU-MEFTA) y Acuerdo de Asociación y Cooperación entre la Unión Europea y Rusia

El EU-MEFTA se origina en el Proceso Barcelona, lanzado en 1995, y orientado a consolidar para el año 2010 el Tratado de Libre Comercio (TLC) entre los 27 Estados Miembros de la UE y el Oriente Medio. El acuerdo con Rusia fue firmado en 1994. Actualmente, se mantienen conversaciones para implementar un nuevo tratado.

Acuerdos Bilaterales de Libre Comercio-Asociación

Además de los acuerdos mencionados, la UE ha implementado varios acuerdos bilaterales con otros países, como por ejemplo, Argelia, Chile, Egipto, México, Marruecos, Perú, Sudáfrica, Suiza y Túnez. Actualmente, en 2010, existen varias negociaciones en marcha para firmar tratados de libre comercio, asociación y/o cooperación con la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN), Bielorrusia, Canadá, Centroamérica, la República Popular de China, Colombia, Perú, India, Irán, Irak, Kazajstán, Corea, Libia, el MERCOSUR (Mercado Común del Sur), Serbia, Ucrania y Vietnam.

1.7.4 El Acuerdo de Asociación entre la Unión Europea y Centroamérica

Desde 1960, la UE y América Latina han mantenido relaciones fuertes que se están fortaleciendo más a través del Acuerdo de Asociación UE-Centroamérica (AA). A continuación, se presenta un breve panorama sobre el origen del AA (que a principios de 2010 se encuentra en las etapas finales de negociación), sus metas y sus implicancias respecto de las PyMEs centroamericanas y panameñas.

Origen del Acuerdo de Asociación

La Unión Europea es uno de los socios más importantes en términos de inversión y comercio para Centroamérica y Panamá, además de ser un proveedor importante de asistencia para el desarrollo de esta región.

Con anterioridad a la negociación del Acuerdo de Asociación, existían varios acuerdos entre las dos regiones, como por ejemplo, el diálogo de San José (desde 1984), cuyo objetivo era resolver los conflictos armados de Centroamérica a través de la negociación, y el Acuerdo de Diálogo Político y Cooperación UE-Centroamérica de 2003.

Más información disponible en: http://ec.europa.eu/external_relations/la/index_es.htm y en http://ec.europa.eu/external_relations/ca/index_es.htm

Los orígenes del acuerdo que se está negociando se remontan a más de una década:

- En la Cumbre de Río de 1999, se propuso una asociación entre la UE, América Latina y el Caribe para fortalecer los lazos entre estas regiones (Cumbre UE-ALC);
- En 2006, en la Cumbre UE-ALC en Viena, Austria, se hicieron planes para crear un acuerdo de asociación entre la UE y Centroamérica, basado en tres pilares: diálogo político, programas de cooperación e intercambio comercial;
- Las negociaciones comenzaron a mediados del año 2007 con la participación de Guatemala, El Salvador, Nicaragua, Honduras y Costa Rica. Panamá fue observador en estas negociaciones. En enero de 2010, este país anunció que también deseaba sumarse a la SIECA (Secretaría de Integración Económica Centroamericana) y así convertirse en miembro del AA. En marzo de 2010, la UE decidió incorporar a Panamá en el proceso de negociación del acuerdo.
- A la fecha (marzo de 2010), se han realizado ocho rondas de negociaciones. En julio de 2009, las negociaciones se suspendieron por algunos meses en virtud de la situación política imperante en Honduras, pero se reanudaron a finales de febrero de 2010, cuando concluyó la séptima ronda de negociaciones. Con anterioridad a esta suspensión, las conversaciones habían alcanzado progresos significativos en torno a los tres pilares.

Más información sobre el AA y su evolución disponible en: <http://www.aacue.go.cr/>

Objetivos del Acuerdo de Asociación

Los objetivos de los tres pilares del Acuerdo de Asociación son los siguientes:

- ***Diálogo Político***

El objetivo del pilar del diálogo político es fortalecer las relaciones entre estas dos regiones y proveer una base política sólida para el AA. Este pilar incluye la promoción y la protección de los derechos humanos, el fortalecimiento de la seguridad ciudadana, la reducción de la pobreza y la mejora de la cohesión social.

- ***Cooperación***

El AA busca fortalecer aún más la relación existente entre estas dos regiones en cuatro áreas: democracia, derechos humanos y buen gobierno; justicia, libertad y seguridad; cohesión y desarrollo social; y, cooperación cultural y de conocimiento. Este pilar incluye el fortalecimiento de la administración pública la mejora del empleo y la protección social – de particular interés para las PyMEs – e incluso la cooperación en educación y formación. Dado que ambas regiones desean compartir más conocimiento, las PyMEs podrían beneficiarse del apoyo técnico y de la cooperación tecnológica de empresas europeas. En el contexto de las negociaciones del AA, se contempla también la creación de un Fondo de Cooperación Económica.

- ***Intercambio Comercial***

Como se mencionó en la sección anterior, la OMC es responsable de sancionar normas de liberalización del comercio internacional, pero permite que dos o más países celebren acuerdos bilaterales o regionales de comercio. En los acuerdos de comercio bilaterales, dos regiones o países intentan profundizar la liberalización de las reglas aplicables al comercio de bienes y servicios, y de inversiones, entre ellos mismos. En el caso de Centroamérica y la UE, el pilar comercial del AA significa una oportunidad para liberalizar el comercio dividiendo los temas en

doce sub-grupos, incluyendo el acceso preferencial a los mercados, reglas de origen, propiedad intelectual, entre otros.⁷

El Acuerdo de Asociación y las PyMEs

Un acuerdo de libre comercio es muy importante para los empresarios que quieren llevar a cabo un proyecto de exportación porque establece las condiciones de acceso a los mercados, en este caso, al mercado de la Unión Europea.

En América Latina, ya está vigente el “Al-Invest Programa Regional de Cooperación”, una iniciativa de la UE para internacionalizar las PyMEs latinoamericanas, incluidas las de Centroamérica y Panamá. Además, la UE cuenta con “documentos de estrategia regional” para cada país que incluyen programas de desarrollo y cohesión social. Pero el AA aportará aún más beneficios directos para las PyMEs centroamericanas y panameñas, en primer lugar, con la ampliación del mercado de exportación a través del acceso a los 27 Estados Miembros de la UE para productos varios. El acuerdo también incluirá reglas sobre los aranceles y las salvaguardias que la UE aplica, las medidas sanitarias y fitosanitarias (Sección 3.4.2) que los exportadores deben cumplir y los obstáculos técnicos al comercio, entre otros.

Asimismo, los representantes de PyMEs centroamericanas están contribuyendo en las negociaciones del AA a fin de obtener beneficios para el sector; tales como un marco referencial de apoyo, mayor acceso al mercado a través de la promoción de exportaciones y el apoyo técnico para mejorar el desempeño de las empresas en aspectos sanitarios y fitosanitarios.⁸ Este último punto es muy importante, dado que muchas de las cuestiones involucradas en la exportación a la UE son de carácter complejo para las PyMEs. En este sentido, el apoyo técnico por parte de la UE, como también de los gobiernos centroamericanos, a las PyMEs exportadoras centroamericanas y panameñas en relación con dichos aspectos es vital, ya que se traduce en:

- Programas de creación de capacidad para cumplir con los requisitos de exportación (especialmente, requisitos legales y administrativos – secciones 3.2 y 4.1), creación de redes y apoyo técnico.

⁷ Los doce sub-grupos incluyen: Aduanas y Facilitación del Comercio, Propiedad Intelectual, Contratación Pública, Competencia, Instrumentos de Defensa Comercial, Solución de Controversias, Medidas Sanitarias y Fitosanitarias, Servicios y Establecimiento, Obstáculos Técnicos al Comercio, Acceso a los Mercados, Comercio y Desarrollo Sostenible y Reglas de Origen.

⁸ Véase <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2007:301E:0233:0238:EN:PDF>, consulta diciembre 2009.

- Acceso a información sobre el mercado de la UE (Capítulo 1).
- Mayor acceso al crédito y a la tecnología.
- Programas de formación y de entrenamiento profesional.

Más información disponible en: http://www.delnic.ec.europa.eu/es/eu_and_country/agree_of_association/agree_of_association2.htm;

http://www.sice.oas.org/TPD/CACM_EU/CACM_EU_s.asp;

<http://www.exportapymes.com/comercio-exterior-america-esp/>

1.8 RECOMENDACIONES Y CONSEJOS

Qué hacer	Qué no hacer
• Realizar un examen interno de su empresa para comparar lo que el Mercado requiere con lo que usted puede ofrecer (esto lo logrará a través de su investigación de mercado, explorando sus oportunidades y fortalezas, y mejorando sus debilidades). • Tratar de buscar toda la información disponible en su país en las diferentes organizaciones de apoyo, como Cámaras de Comercio o Asociaciones de Exportadores. • Buscar información en Internet en sitios de organizaciones confiables y reconocidas, tales como portales o páginas de búsqueda, que versen específicamente sobre el mercadeo de exportaciones. • Suscribirse a las páginas recomendadas. Si dicha opción está disponible, puede recibir en su correo noticias, boletines y otra información de mercados de su interés. • Buscar información utilizando palabras en inglés; por ejemplo, si su producto es “piña” utilice la traducción – en este caso, “pineapple”. • Traducir la información disponible en inglés al español utilizando los traductores en línea	• Buscar solamente información en español sobre su producto o mercado meta cuando realice su investigación a través de Internet. Gran parte de la información disponible, confiable y, sobre todo, actualizada se encuentra en inglés. • Tratar de vender lo que produce. Infórmese sobre las oportunidades de mercado y trate de vender lo que el mercado quiere. • Apresurarse a tomar una decisión. Tómese el tiempo necesario para determinar si exportar es la mejor opción para su empresa. • Perder oportunidades de relacionarse con otros exportadores en su país (a través de Asociaciones de Exportadores existentes o contactos obtenidos a través de Internet). • Enfocarse en muchos países o mercados al mismo tiempo. Aunque parezca atractivo, lo mejor es enfocarse en pocos mercados que sean los más viables al comienzo. • Utilizar traductores en línea (en Internet) para traducir documentos oficiales (como contratos, términos o acuerdos); esto puede hacerlo a través de la contratación de servicios de

Qué hacer	Qué no hacer
sugeridos. • Establecer metas de investigación antes de iniciar la búsqueda de información y haga una planificación de actividades. Aunque mucha de la información es gratis (en Internet, por ejemplo), le llevará menos tiempo si sabe exactamente qué buscar desde el principio. • Si ya es un exportador y quiere explorar nuevos mercados, busque información sobre ferias comerciales y exhibiciones internacionales para su producto. • Preguntar en la Cámara de Comercio de su país o en organizaciones de apoyo sobre programas de apoyo a las exportaciones hacia la UE – por ejemplo, Al Invest. • Asegurarse de que conoce bien su mercado potencial o sus contactos comerciales en el extranjero antes de iniciar cualquier proceso de exportación. • Involucrar a los miembros clave de su empresa y su red de contactos locales en la decisión de exportar. Pida el consejo de expertos, si es posible.	traducción.

Recomendaciones (por organizaciones de apoyo en Centroamérica)

- “Existe una falta de adaptación de los productos que ofrecemos para nuestros mercados en Europa. El exportador necesita adaptar el producto a las demandas del consumidor de su mercado meta y sus necesidades específicas”. (Centro de Exportaciones e Inversiones, Nicaragua).
- “El primer paso para exportar a la Unión Europea es estudiar los mercados meta en detalle y seleccionar el que mejor se adapte a las capacidades de la empresa”. (Cámara de Comercio e Industria de El Salvador).
- “Los empresarios pueden acudir a buscar información en los consulados del país europeo que están considerando, pueden acudir también a las Cámaras de Comercio, a Consejos de la Empresa Privada y a los Ministerios o Secretarías de Comercio, Asociaciones de Exportadores, entre otras, ya que todas estas instancias manejan información relacionada al tema de exportaciones”. (FIDE Inversión y Exportaciones, Honduras).

Sitios Web de interés y su descripción

Páginas web de interés	¿Qué encontrará aquí?	Recomendaciones para la página
www.cbi.eu	Información sobre mercados en cada uno de los países de la UE categorizada según: requerimientos de acceso al mercado, lineamientos para mercadear su producto, estudios de mercado por sector y país, algunos estudios específicos de productos. Toda la información está disponible en inglés.	• Regístrese en la página para obtener todos sus beneficios. • Toda la información es gratuita (se puede bajar en documentos .pdf) para usuarios de países en desarrollo. • Puede realizar su investigación por sector o utilizando palabras clave. Utilice la última opción si la información que busca es más específica, por ejemplo: Globalgap (un requerimiento para algunos productos). • Cuando encuentre un documento de su interés, primero revise su contenido en el resumen disponible antes de descargarlo en su computadora y verifique si es la información que busca.
http://europa.eu/abc/european_countries/index_es.htm o https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/	Información básica sobre los 27 Estados Miembros de la UE.	• Estos sitios brindan información básica sobre los países, principalmente para conocerlos en términos muy generales. • En las secciones precedentes de este capítulo también se incluye información más específica, incluso estadísticas comerciales.
http://www.biztradeshows.com/ http://www.eventseye.com/fairs/z1_trade-shows_europe.html	Información sobre ferias comerciales en Europa y todo el mundo.	• Haga clic en el país correspondiente para obtener más información acerca de ferias que tienen lugar en dicho país.
http://gain.fas.usda.gov/Pages/Default.aspx	Reportes de mercado, resúmenes de productos, reportes de sectores de minoristas desarrollados por agregados comerciales americanos basados en países de la UE y otros países, guías para exportadores sobre los países de la UE.	• La información está disponible en inglés, por lo que deberá usar un traductor en línea. • No necesita registrarse para descargar información de la página. • Desde el 2009, la página dividió su base de datos de búsqueda en dos tipos: uno para buscar documentos nuevos publicados con posterioridad a febrero de 2009 y otro para documentos anteriores a esa fecha; utilice el que más se ajuste a sus necesidades.
http://faostat.fao.org/d	Amplia base de datos	• Esta página tiene una versión en español

Páginas web de interés	¿Qué encontrará aquí?	Recomendaciones para la página
efault.aspx?lang=es	centrada en productos agrícolas y hortícolas; principalmente, provee datos comerciales (estadísticas de importaciones y exportaciones de varios países) y datos de producción por país.	(todas las bases de datos, cuadros y tablas también pueden ser encontrados en español). En la sección de “Comercio”, diríjase a “TradeStat” y encontrará una base de datos de reportes estadísticos para más de 600 productos con una amplia cobertura de países a nivel mundial.
www.p-maps.org	72 portales de análisis de mercados (por sector) e información de mercado para más de 5.000 productos, estadísticas, oportunidades de comercialización y potenciales negocios.	- Esta página está disponible en español. - Puede realizar la búsqueda por producto o por código HS (partida arancelaria o código específico que identifica los productos en un sistema armonizado a nivel mundial) – ver más adelante en este capítulo el sitio web donde podrá identificar el código exacto de su producto. - La mayor parte de la información y de los reportes es gratis, pero es necesario registrarse. - Existe alguna información, tal como reportes de precios y reportes de nuevos desarrollos de mercados, que no es gratuita y requiere de un pago. - Al registrarse en P-maps de manera gratis, tiene una cuenta de acceso a otras herramientas de análisis de mercados del Centro Internacional del Comercio (INTRACEN).
www.auma.de	Información y estadísticas de ferias comerciales alemanas e internacionales en diferentes sectores productivos; también incluye un examen en línea para determinar si es beneficioso o no para su empresa participar en determinada feria.	- Esta página está disponible en español. - Diríjase directamente a la base de datos de ferias en todo el mundo y busque la feria comercial de su interés por año, sector o país. - Visite la página web de la feria comercial de su interés para obtener más información sobre costos, fechas y qué tipo de empresas asisten a la feria (incluso contactos).
http://www.al-invest4.eu/	Toda la información sobre el programa Al Invest IV, que actualmente está siendo ejecutado en Latinoamérica	El programa está siendo ejecutado por organizaciones de apoyo en Centroamérica y ayuda a los exportadores, a través de dichas instituciones, en el proceso de exportación a

Páginas web de interés	¿Qué encontrará aquí?	Recomendaciones para la página
	por algunas organizaciones de apoyo. Este programa no se aplica directamente a una empresa, pero es importante que sepa si este tipo de programas está disponible en su país y a través de qué institución.	Europa. • Revise la página para obtener más información sobre el programa y los países e instituciones con los que se está desarrollando.
Traductores en línea: http://translate.google.com/translate http://babelfish.yahoo.com www.wordreference.com	Traducción de palabras, párrafos o páginas web completas.	• Si solamente necesita traducir una palabra, descargue en su computadora programas de diccionarios gratis, como Word Web.

2. ETAPA 2: ESTRATEGIA DE EXPORTACIÓN

2.1 ¿POR QUÉ UNA ESTRATEGIA DE EXPORTACIÓN?

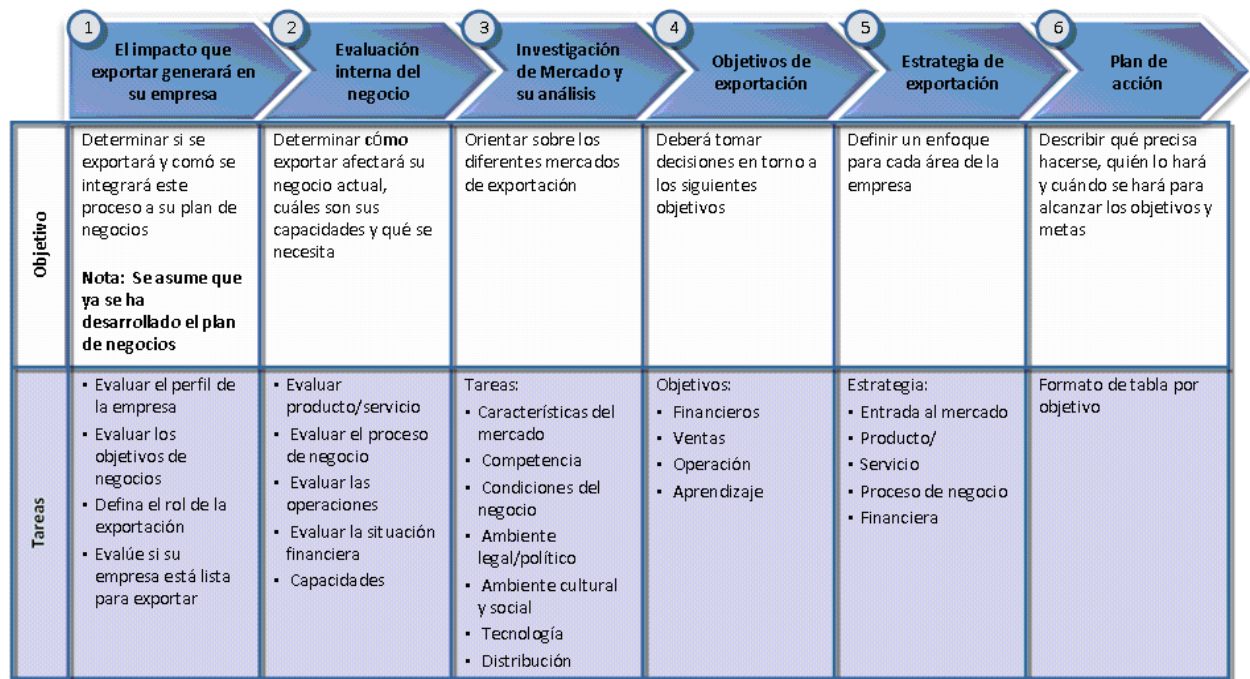
Para garantizar que su empresa pueda exportar con éxito, es necesario crear una estrategia de exportación bien pensada y planificada. Una estrategia de exportación contribuirá a definir las metas, manejar los sectores de mercado estratégicos y evaluar los recursos disponibles para asegurar un servicio de calidad a clientes nuevos, entre otros aspectos. También se requerirán recursos financieros y la capacidad para financiar el desarrollo del mercado de exportación. En toda estrategia de exportación, deben realizarse cálculos sobre el presupuesto necesario para desarrollar el mercado de exportación durante los primeros años del proceso.

Una estrategia de mercado puede desarrollarse en seis pasos:

- El primer paso es que el empresario entienda el negocio actual y cómo la exportación encaja en los planes generales.
- El segundo paso es realizar una evaluación cuidadosa del negocio actual de la empresa.
- El tercer paso es buscar mercados externos nuevos.
- El cuarto paso es esencial y consiste en establecer metas cuantitativas y cualitativas.
- El quinto paso incluye una definición detallada de la estrategia de exportación en relación con todos los aspectos del proceso de exportación.
- Finalmente, el sexto paso consiste en desarrollar el plan de acción. El plan de acción define las tareas e identifica quién es responsable de cada tarea y cuándo se deben cumplir. Una vez que se ha completado el plan de acción, se puede empezar a ejecutar el plan.

El siguiente diagrama de flujo ofrece un panorama general de los pasos:

Figura 2.1
Etapa 2: El diseño de una estrategia de exportación



Explicación de la Figura 2.1:

Etapa 2: El diseño de una estrategia de exportación se divide en seis pasos. Siga todos los pasos para poder formular una estrategia de exportación correcta:

1. Determinar si se exportará y cómo se integrará este proceso a su plan de negocios.
2. Determinar cómo exportar afectará su negocio actual, cuáles son sus capacidades y qué se necesita.
3. Orientarse sobre los diferentes mercados de exportación.
4. Tomar decisiones en torno a los objetivos señalados.
5. Definir un enfoque para cada área de la empresa.
6. Describir qué debe hacerse, quién lo hará y cuándo se hará para alcanzar los objetivos y las metas establecidas.

2.2 CONSEJOS Y RECOMENDACIONES: ¿CÓMO CREAR UNA ESTRATEGIA DE EXPORTACIÓN?

La estrategia de exportación es parte esencial del plan de negocios de su empresa. Debe elaborarla de forma sencilla, pero asegurándose de que todo el personal de su empresa esté involucrado para alcanzar los resultados de exportación, que conozca dicho plan y que se sienta comprometido con él.

• ***Paso 1: ¿es la exportación la mejor manera para que la empresa siga adelante?***

El objetivo del primer paso es determinar si se exportará y cómo se integrará este proceso al plan de negocios de la empresa.

Las siguientes actividades deberán desarrollarse durante este paso:

Tareas	Actividades/preguntas
Evaluación del perfil de la empresa	Un perfil empresarial es un panorama general de la empresa en términos de productos, servicios, capacidad y funciones de negocios. ¿Cambiará el perfil de la empresa una vez que la empresa comience a exportar?
Evaluación de los objetivos de negocios	¿Encaja el proceso de exportación en sus metas y objetivos de negocios? ¿Se comprometerá la gerencia con los esfuerzos de exportación? ¿Cuáles son sus objetivos a largo plazo?
Definición del rol de la exportación	¿Por qué razón se pretende exportar? Ganancia, aumento de los volúmenes de venta, ampliación de la base de compradores, aprender cómo ser más competitivo en el mercado local, valerse de un exceso de capacidad productiva, etc.
Evaluación de la empresa para saber si está lista para exportar	Con el listado de preguntas siguiente, la gerencia podrá conocer su posición frente a la exportación: • ¿Se podrá disponer de tiempo, esfuerzo y recursos adicionales que son necesarios para el proceso de exportación? • ¿Es la exportación un componente del plan de negocios de la alta gerencia? • ¿Tiene su producto características y calidades que lo podrían diferenciar en el mercado de exportación? • ¿Sería posible adaptar el producto o servicio para cumplir con los requisitos del mercado de exportación? • ¿Tiene material promocional y de mercadeo disponible? • ¿Posee la empresa suficientes destrezas de mercadeo para desarrollar el mercado de exportación? • ¿Posee la empresa la capacidad y flexibilidad para expandir rápidamente su producción si obtiene los pedidos de exportación? • ¿Posee la empresa suficiente fortaleza y recursos financieros para desarrollar su mercado de exportación? • Para aquellas preguntas a las que no puede responder afirmativamente, busque asesoría profesional de negocios antes de iniciar el proceso de exportación, de forma tal que pueda evaluar si podrá cambiar, superar o mejorar dicha situación.

- ***Paso 2: evaluación interna del negocio***

Los objetivos del segundo paso son determinar la forma en que la exportación impactará su negocio, evaluar cuáles son sus capacidades fuertes, identificar los requerimientos para poder exportar y realizar una evaluación crítica de su negocio para determinar si las ganancias al exportar excederán los costos considerados.

Tareas	Actividades/preguntas
Evaluación del producto/servicio	¿Cuáles productos/servicios tienen el potencial de ser exportados? ¿Tendrá que adaptarse el producto/servicio para el mercado de exportación? ¿Se necesita una licencia o permiso para el mercado de exportación? ¿Posee material de mercadeo que se puede utilizar en el mercado de exportación?
Evaluación del proceso de negocio	Transporte: ¿Podrá valerse de los servicios de transporte actuales o necesitará un nuevo proveedor del servicio? Propiedad Legal e Intelectual (PI): ¿Tiene propiedad de sus marcas y otra PI? ¿Deberá tomar medidas adicionales para proteger su PI? Recursos Humanos (RH): ¿Puede la gerencia dedicarse a actividades de exportación? ¿Cómo afectará a los empleados la actividad de exportar? ¿Tendrán que hacerse cambios en la estructura organizacional? ¿Deberá contratarse personal adicional para incrementar la producción? ¿Quién asumirá la responsabilidad por las actividades de exportación? ¿Existen destrezas lingüísticas y de venta en la empresa?
Evaluación de las operaciones	¿Qué consecuencias tendrán los pedidos de exportación sobre la producción actual y el negocio local? ¿Existe capacidad de producción adicional o deberán realizarse nuevas inversiones?
Evaluación de la situación financiera	¿Cuánto costará la producción adicional para exportar y el plan de mercadeo en los primeros años? ¿Cuándo será rentable la exportación (volumen, precio, etc.)? ¿Cómo financiará el costo de inversión inicial? ¿Tendrá que hacer inversiones adicionales significativas en los años subsiguientes? ¿Tendrá disponibilidad de fondos para pre-financiarlas?
Capacidades	¿Qué capacidades posee usted que pueden utilizarse en el mercado de exportación?

- **Paso 3: la investigación y el análisis de mercado**

En la primera etapa, se llevó a cabo parte de la investigación de mercado con el objetivo principal de identificar un mercado de exportación adecuado para su empresa. Al finalizar este paso, es necesario obtener información más detallada sobre el mercado destino seleccionado.

A continuación, encontrará una serie de preguntas para analizar que lo ayudarán a completar la investigación de mercado.

Tareas	Preguntas
Características del mercado	¿De qué tamaño es el mercado de exportación para su producto? ¿Cuál es la tasa de crecimiento? ¿Cuáles son los segmentos o nichos del mercado destino? ¿Qué buscan los consumidores? ¿Existen tendencias marcadas en el mercado? ¿Cuál es el punto de vista del mercado? ¿Qué nivel de servicio deberá ofrecer a los consumidores, después de haber realizado la venta?
Competencia	¿Quiénes son sus competidores más importantes en el mercado de exportación? ¿Son los competidores de origen extranjero o local? Evalúe cada competidor sobre la base de su participación en el mercado, calidad, precio, presentación/empaque, publicidad, velocidad de entrega, servicio al consumidor, condiciones de crédito, etc. ¿Existen productos sustitutos? ¿Cuáles podrían amenazar su producto?
Condiciones del negocio	¿Cómo se comporta la economía (crecimiento, inflación, tasas de interés, población)? ¿Qué impuestos y aranceles deberán pagarse? ¿Existen barreras para entrar al mercado? ¿Qué arreglos de transporte deberán hacerse?
Ambiente legal/político	¿Existe un ambiente político estable? ¿Cuáles son las políticas de comercio internacional? ¿Existe alguna regulación que podría tener efectos sobre su producto de exportación?
Ambiente cultural y social	¿Qué sabe del idioma, religión, estándares éticos y estilos de negociación? ¿Cuál es la reacción de los consumidores hacia los productos extranjeros?
Tecnología	¿Existen posibles cambios tecnológicos a futuro que podrían afectar o influenciar su producto?
Distribución	¿Qué canales de distribución existen y cuál es el costo de cada uno? ¿Requieren sus productos algún tipo de transporte específico?

Los procedimientos anteriores pueden llevarse a cabo a través de investigaciones documentales o investigaciones de campo en el mercado de destino. La investigación

documental puede llevarse a cabo a través de Internet o mediante una solicitud de información a agencias de promoción de exportaciones y otras organizaciones relevantes.

Aunque sea más costoso, es altamente recomendable que se lleve a cabo una investigación de campo en el mercado de destino. Ese tipo de investigación le ayudará a verificar datos y a familiarizarse con el mercado de destino. Una manera muy recomendable de combinar ambas formas de investigación es a través de la participación en exposiciones y ferias de comercio internacional donde es posible: hacer nuevos contactos en el mercado de destino, identificar a sus competidores y obtener información general sobre el sector específico.

- ***Paso 4: objetivos de exportación***

El objetivo de este paso es definir las metas y objetivos de exportación de la forma más clara posible (específicos, medibles, obtenibles, realistas y con un tiempo definido).

La organización deberá tomar decisiones relativas a los siguientes objetivos, por ejemplo:

Objetivos	Preguntas
Financieros	¿Qué retorno a la inversión le gustaría alcanzar? ¿Qué margen de rentabilidad le gustaría obtener para cada producto?
Ventas	¿A qué mercados internacionales les gustaría exportar? y ¿cuándo lo haría en cada mercado? ¿Qué volumen de facturación le gustaría alcanzar y para cuándo?
Operación	¿Qué nivel de producción le gustaría alcanzar? ¿Implementaría nuevas técnicas de producción?
Aprendizaje	¿Qué destrezas deberían desarrollarse en su empresa y cómo serían adquiridas?

- ***Paso 5: elaboración de la estrategia de exportación***

El objetivo del paso cinco es definir la dirección que seguirá la empresa para cada una de sus áreas involucradas en concretar la exportación, por ejemplo:

Tareas	Actividades/preguntas
Entrada en el mercado	Decidir cómo entrar en el mercado (contrato, inversión, exportación).
Producto/servicio	Decidir qué productos se introducirán a cada mercado. Decidir sobre el precio.

Tareas	Actividades/preguntas
Proceso de negocio	Decidir cómo transportar los bienes. Decidir sobre el seguro de los bienes. Decidir sobre el término internacional de comercio que negociará (INCOTERM) con los clientes. Determinar cómo se protegerá la propiedad intelectual. Decidir sobre la organización del equipo de exportación.
Financiera	Decidir cuáles serán sus necesidades financieras para cubrir las finanzas pre-envío, capital de trabajo, finanzas post-envío, inversiones, etc. y cómo las financiará.

Más información sobre cómo elaborar una estrategia de exportación disponible en:

http://www.e-typedesign.co.uk/business/smb/es-es/legal/estrategias_exportar.mspix o

<http://www.mujeresdeempresa.com/comercio/090901-exportar-desde-una-pyme-se-puede.asp> o

<http://www.lineapyme.com/>.

- **Paso 6: plan de acción**

El objetivo del paso seis es describir las acciones que deben desarrollarse, decidir quién o quiénes las realizarán, y determinar cuándo se realizará cada acción para alcanzar los objetivos y las metas.

Lo ideal es escribirlo formalmente, como parte de la estrategia de exportación. Lo anterior puede plasmarse en un formato de tabla, por ejemplo:

Tarea	Descripción	Persona Responsable	Cuándo
Evaluación del perfil de la empresa	Hacer un panorama general de sus productos, servicios, capacidad y funciones de negocios.	Director - Gerente	El primer mes.

Más información sobre un plan de acción y ejemplos disponible en:

<http://www.lineapyme.com/herramientas-empresariales/>.

2.3 RECOMENDACIONES Y CONSEJOS

Qué hacer	Qué no hacer
• Asegurarse de que los miembros clave de la empresa están “involucrados y comprometidos” con el Plan. • Buscar asesoría de alta calidad y validar la Estrategia de Exportaciones con asesores o expertos. • Revisar la Estrategia de Exportaciones regularmente con el personal y los asesores. • Asignar responsabilidades a cada miembro del personal para tareas individuales. • Desarrollar diferentes escenarios y circunstancias. Estar pendiente del “¿Qué tal si...?” con respecto a los cambios en los mercados, por menores o mayores que sean; por ejemplo, cambios de gobierno, nuevos impuestos a la importación, prohibiciones para algún producto, etc. • Desarrollar una línea de tiempo integral que refleje todas las actividades que determinan la Estrategia de Exportaciones. • Subdividir el mercado meta en segmentos o en partes más pequeñas (nichos de mercado) y seleccionar los más relevantes - “relevante” significa que se adapta a su producto o empresa. • Visualizar su producto y su empresa con los ojos de su potencial comprador en la UE. • Crear en su Estrategia de Exportaciones una “propuesta única de ventas” (una mezcla única de precio, desempeño, sabor, disponibilidad, servicios, promociones, etc.); esto le brindará una ventaja sobre sus competidores. • Asistir a ferias comerciales en busca de socios comerciales, compradores o posibles aliados estratégicos para su empresa. Si no puede asistir en persona, revise las páginas web de las Ferias, ya que incluyen listas completas de contactos y de las empresas asistentes.	• Crear documentos de gran cantidad de páginas a los que no se les dé ningún uso. • Apresurarse en la selección de su mercado meta. Es necesario buscar toda la información disponible que esté a su alcance y medir sus posibilidades de entrar en ese mercado. • Creer que exportar es una actividad temporal a realizar si no hay ventas locales. Exportar requiere de un compromiso de su parte en el largo plazo para llegar a ser exitoso.

Qué hacer	Qué no hacer
- En lugar de realizar una búsqueda general sobre su producto, por ejemplo en Google, realizar búsquedas específicas en portales relacionados a su producto, ver algunas sugerencias en los sitios web recomendados. - Asegurarse de tener los recursos humanos y financieros necesarios para llevar a cabo la Estrategia de Exportaciones.	

Recomendaciones (de organizaciones de apoyo en Centroamérica)
“Para llegar a exportar, en primer lugar la empresa necesita pasar por un proceso de preparación y desarrollo de buenas prácticas de manufactura y otras que garanticen y certifiquen la calidad de su producto, luego acercarse al mercado meta”. (Cámara de Exportadores CADEXCO, Costa Rica). “Es de suma importancia someterse a un proceso de diagnóstico e investigación previo a la exportación para determinar si hay oportunidad para incursionar con determinado producto en el mercado europeo” (FIDE Inversión y Exportaciones, Honduras).

Sitios Web de interés y su descripción

Páginas web de interés	¿Qué encontrará aquí?	Recomendaciones para la página
www.cbi.eu	Herramientas de exportación en línea para construir el Plan de Mercadeo de Exportaciones de su empresa, la Estrategia de Exportaciones y documentos guía para elaborar otros documentos de la empresa.	- Prepare su Estrategia de Exportaciones directamente en la página de CBI utilizando los ejemplos dados y tomando sus propias notas. - Vea la herramienta en “supporters” (apoyo) y luego en “export tools” (herramientas de exportación). Recuerde que debe estar registrado. También puede buscar “key words” (palabras clave) escribiendo “export strategy” (estrategia de exportación) y entre los resultados arrojados, obtendrá varios documentos y herramientas que pueden ser de gran utilidad. Recuerde que la página y su información está en inglés; utilice

Páginas web de interés	¿Qué encontrará aquí?	Recomendaciones para la página
		un traductor en línea.
www.intracen.org	Acceso a herramientas de análisis de mercado, como el Mapa de Comercio (<i>Trade Map</i> , en inglés), Mapa de Competitividad Comercial (<i>Trade Competitiveness Map</i>), Mapa de Inversiones (<i>Investment Map</i>), así como las noticias más recientes sobre comercio y reportes anuales del Centro Internacional de Comercio (INTRACEN), que contienen estadísticas, tendencias e información específica por país.	• Esta página web está disponible en español, pero ciertas herramientas, como el Mapa de Comercio, sólo se encuentran en inglés. • Diríjase a la sección de noticias en el mapa de inversiones para encontrar tendencias en productos y competidores en el mercado de su interés. • El Servicio de Noticias de Mercado (MNS, por sus siglas en inglés) también cuenta con información sobre precios para diferentes productos y sectores. • Haga clic en “países” en la parte superior de la página y al seleccionar el país correspondiente aparecen varios análisis de mercado de ese país.
www.icex.es	Información acerca de cómo exportar e invertir en varios países, incluidos análisis de mercado.	• Haga clic en “países” en la parte superior de la página. A continuación, seleccione "Europa" de la lista junto al mapa del mundo y luego el país correspondiente. Un nuevo enlace se abrirá con información detallada sobre ese país.
www.fita.org	Este es un portal de Asociaciones de Comercio a nivel mundial que dispone de excelente información sobre prospectos de negocios en la Unión Europea, lista de miembros de organizaciones y contactos. También podrá encontrar otros enlaces en Internet a fuentes y asociaciones específicas por país.	• Busque directamente en la sección “<i>very useful links</i>” (enlaces útiles) para encontrar directorios de negocios y asociaciones comerciales del mundo. • La página está disponible en español. No obstante, es posible que algunas asociaciones que encuentre no tengan versiones en español de sus páginas web. • Esta página es muy útil para encontrar portales informativos en línea, por ejemplo, Globefish para el sector de pesca y acuicultura.

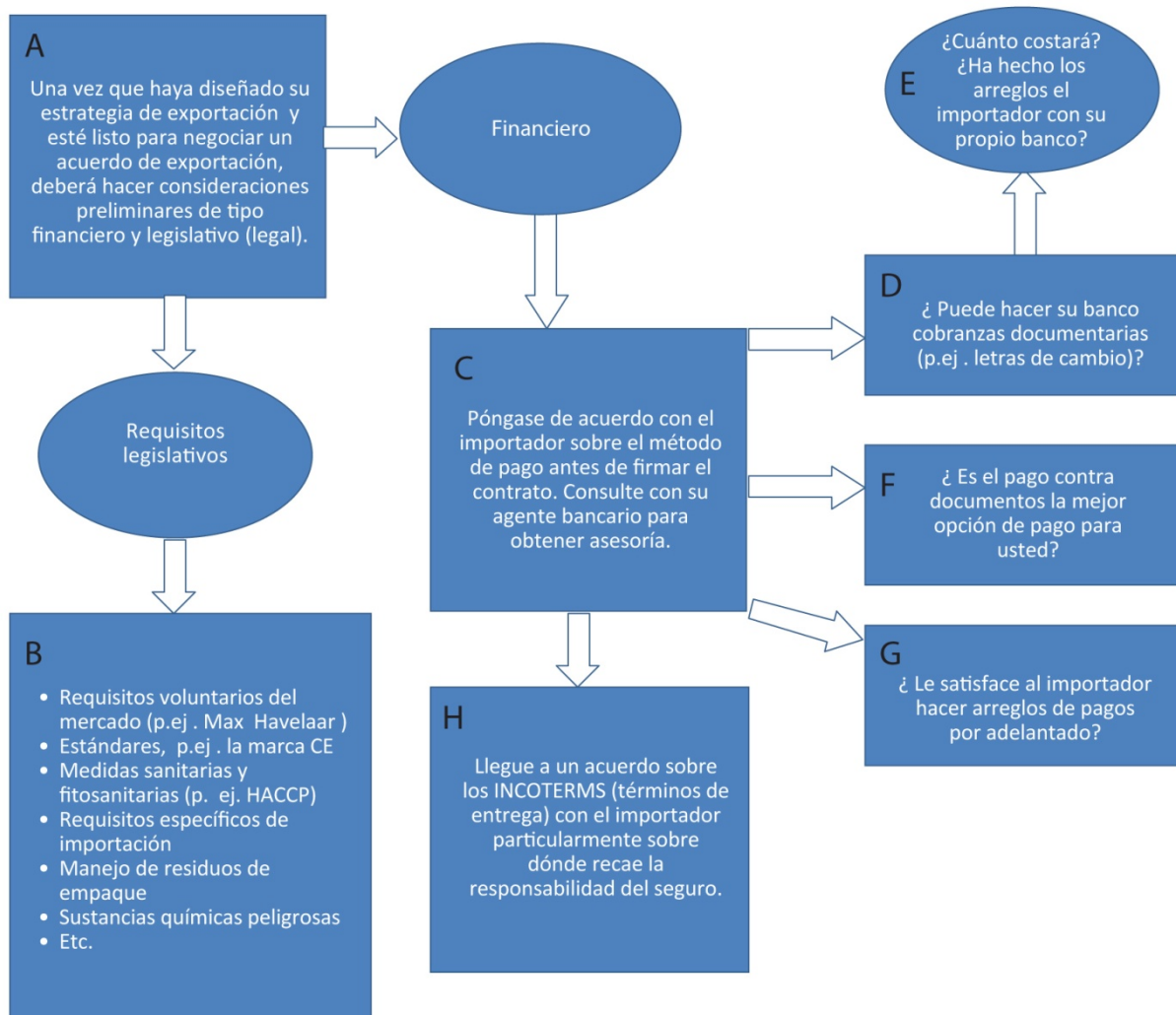
Páginas web de interés	¿Qué encontrará aquí?	Recomendaciones para la página
www.linkedin.com	Aquí puede crear su propio perfil profesional en línea, o el de su empresa, y relacionarse con grupos de negocios de su interés, por ejemplo: Organic Network (grupo de negocios de empresas que trabajan con productos orgánicos).	• Use la herramienta <i>Linkedin Groups</i> (Grupos LinkedIn) para ponerse en contacto con otras empresas de su sector de diferentes países. • Muchas empresas, no sólo comerciales sino también organismos de apoyo al comercio, utilizan LinkedIn para darse a conocer. • Esta es una excelente herramienta para promover su empresa entre sectores específicos. • Trate de crear su perfil en inglés, esto le dará mayor internacionalización y permitirá que su información esté disponible para un grupo más amplio de empresas.
www.fruitlogistica.com	Esta es la página de la Feria Comercial Fruit Logística; aquí encontrará contactos de empresas relacionadas a la importación y exportación de frutas y vegetales frescos, información sobre la Feria en general, exhibiciones disponibles, costos, etc.	• Diríjase a la sección “<i>virtual market place</i>” (mercado virtual) para encontrar enlaces y contactos de empresas que participan en la Feria Comercial. • Diríjase a los enlaces en línea de las empresas de su interés e infórmese sobre sus productos; muchas veces, ello brinda un panorama de las tendencias del mercado.
www.agribusinessonline.com/prices	Página con precios semanales que se centra en Europa y otros mercados a nivel mundial.	• Se puede encontrar información de precios semanales para un gran número de productos frescos (frutas y vegetales).
http://www.agriholland.nl/marktprijzen/mp_tuinbouw-europa.html	Enlace a mercados de productos frescos con información de precios disponible para Alemania, Francia, Reino Unido, Italia, España, Dinamarca y Bélgica.	• La mayor parte de la información está disponible en holandés, pero es una página con información valiosa, por lo que recomendamos utilizarla y hacer uso de un traductor en línea.

Páginas web de interés	¿Qué encontrará aquí?	Recomendaciones para la página
www.globefish.org	Información de mercado detallada, reportes, precios y tendencias para la industria pesquera y el sector de acuicultura. Brinda información adicional sobre asociaciones pesqueras y acuícolas en todo el mundo. Noticias y oportunidades de mercado sobre este sector específico.	• Para obtener información sobre precios, diríjase a “<i>Price indicators</i>” (indicadores de precios). • Busque por producto; aquí podrá encontrar reportes para diferentes productos del sector. Algunos reportes son mensuales.
www.globalwood.org	Información sobre el mercado de maderas, tendencias, noticias y precios.	• Página disponible en español. • Para obtener información sobre precios, diríjase a “<i>timber prices</i>” (precios de maderas). • Aquí puede postear una oferta directamente en la página y esperar respuestas de los miembros de la red.
www.fruitnet.com	Noticias y eventos sobre el sector de frutas y vegetales frescos; datos, estadísticas, precios y contactos.	• Suscríbase gratis para recibir noticias actualizadas en su correo electrónico. • La información se encuentra en inglés.
www.freshplaza.com/pricewatch.htm	Precio promedio Libre en Camión (<i>Free on Truck</i>) semanal, disponible para frutas frescas y vegetales.	• Esta página tiene versión en español. • Suscríbase para obtener información y noticias en su correo electrónico. • La sección “<i>Price Watch</i>” (monitoreo de precios) brinda información precisa sobre precios. Usted puede construir tendencias y hacer cálculos para su producto con dicha información.

3. ETAPA 3: CONSIDERACIONES FINANCIERAS Y LEGALES

Una empresa exportadora se verá afectada tanto por requisitos financieros como por requisitos legales. En este capítulo, usted encontrará información detallada sobre aspectos financieros, métodos de pago, términos internacionales de entrega (“Incoterms”), etc. Asimismo, se discutirá el impacto que pueden tener las leyes dentro de una empresa que decide exportar a la Unión Europea. Debe tenerse en cuenta que existe una serie de requisitos legales y de mercado que debe cumplir un producto o servicio antes de ser exportado al mercado de la UE.

Figura 3.1
Consideraciones financieras y legales



Explicación de la Figura 3.1:

Etapas 3: consideraciones financieras y legales.

- A. En esta tercera etapa, se describirán aspectos de tipo financiero y legal. Debido a que ambos tienen un impacto significativo en su organización interna y en el proceso de exportación, es importante considerarlos lo antes posible y con anterioridad al proceso de exportación.
- B. Existen varias legislaciones que tendrán un impacto sobre su empresa y el proceso de exportación. Usted tendrá que adaptar su producto a cierto tipo de normativas, como por ejemplo, empaque y regulaciones de seguridad. Además, su proceso de producción deberá reunir ciertos criterios establecidos, como por ejemplo, regulaciones sanitarias. Asimismo, existen requerimientos voluntarios del mercado; por ejemplo, deberá decidirse sobre certificaciones tales como las ISO.
- C. En el caso de la exportación, el cliente está situado en otro país y, en consecuencia, las condiciones de pago pueden ser diferentes a sus contratos regulares, ya que el dinero debe ser transferido a través de fronteras, exigiendo mayor seguridad. Además, el mayor tiempo requerido en el transporte puede extender el tiempo de pago. Aspectos como éstos deben incluirse en el contrato y acordarse sobre ellos en forma anticipada.
- D. Para asegurar el proceso de pago, se deberán suministrar ciertos documentos; por ende, es importante discutirlos con su banco, siempre que puedan asistirlo.
- E. Esta documentación tiene un costo. Es recomendable informarse en forma previa sobre dichos costos y si su banco puede hacer los arreglos o si será necesario recurrir a otro banco.
- F. Existen varias opciones de pago y el pago efectivo contra documentos puede ser una de ellas. Sería interesante analizar si ésta es una opción para usted.
- G. La situación ideal es que el importador pague por anticipado, eliminando así el riesgo de incumplimiento de pago para el exportador. Esto usualmente sucede cuando ya se ha establecido una relación de negocios.
- H. En primer lugar, se deberá definir en el contrato qué término internacional de comercio (Incoterm) será aplicable. El término internacional de comercio define la responsabilidad de cada parte en una transacción de exportación y está también relacionado con el riesgo y el seguro. En este capítulo, encontrará una explicación de los términos internacionales de comercio.

3.1 MODALIDADES DE PAGO Y FINANCIAMIENTO

Cuando se entra a un nuevo acuerdo de exportación con clientes de la UE, las condiciones de entrega y formas de pago del importador al exportador son muy importantes. La forma de pago que se utiliza depende de la relación que el exportador ya tiene con el importador europeo. Lógicamente, el exportador querrá reducir el riesgo de incumplimiento de pago, así que el pago

por adelantado es preferible para las PyMEs. Pero en realidad, los importadores sólo pagan cuando los bienes llegan al puerto de destino. A veces, esto significa que las PyMEs tienen que buscar recursos externos para apoyar su flujo de caja. De cualquier manera, las condiciones de entrega y forma de pago deberán definirse antes de firmar un contrato. Es aconsejable asesorarse en su banco con un ejecutivo experimentado, quien podrá despejar todas sus dudas y preguntas sobre pagos y financiamiento, y también puede garantizar que se incluyan las condiciones apropiadas en el contrato.

Esta sección describe las condiciones de entrega y las modalidades de pago que se pueden utilizar, y también los riesgos involucrados para el exportador en cada método, así como qué hacer si algo sale mal.

3.1.1 Condiciones de entrega

Además de un acuerdo sobre la forma de pago, los contratos deben incluir las condiciones de entrega, particularmente definiendo quién será el responsable de asumir los costos de transporte y seguro; en resumen, adónde se transfiere el riesgo. Estos derechos y responsabilidades, establecidos por la Cámara de Comercio Internacional (CCI) (<http://www.iccwbo.org>), se conocen como “*Incoterms*” (Términos Internacionales de Comercio).

Los Incoterms 2000 son la versión vigente, pero actualmente se está trabajando en una nueva versión (Incoterms 2011), que entrará en vigencia el 1 de enero del 2011. A continuación, se presentan los Incoterms más utilizados en el comercio internacional. Para acceder a una guía completa de los Incoterms, los exportadores deben consultar la CCI de España. Véase <http://www.iccwbo.org/id2699/index.html> para obtener información de contacto y también el sitio: www.iccspain.org.

Grupos

Los Incoterms se dividen en cuatro grupos:

1. Grupo E (Salida. El comprador – o importador – debe recibir los bienes del vendedor – o exportador);
2. Grupo F (Transporte principal no pagado. El vendedor entrega los bienes a la empresa de transporte escogida por el comprador y el comprador cubre los costos de transporte);

3. Grupo C (Transporte principal pagado. El vendedor hace los arreglos de transporte, pero no es responsable por daños o pérdidas de productos durante el transporte);
4. Grupo D (Llegada. El vendedor es responsable por todos los costos de transporte hasta que los bienes llegan al país de destino).

Los siguientes Incoterms se conocen a nivel internacional por sus abreviaturas en inglés:

Grupo E

- **EXW (En fábrica – “Ex work”)**: Este método involucra al importador, quien asume todos los costos y responsabilidades por los bienes desde el momento en que la mercancía le es entregada en la fábrica sin estar cargada en el transporte recolector.

Grupo F

- **FCA (Franco transportista – “Free carrier”)**: El exportador entrega los bienes a una empresa de transporte de la elección del importador y el importador asume toda la responsabilidad de transporte desde ese punto hacia adelante. Se utiliza para cualquier modo de transporte, incluido el multimodal.
- **FAS (Franco al costado del buque – “Free alongside ship”)**: Esta norma únicamente puede aplicarse al transporte marítimo de bienes. En este caso, el exportador es responsable por los costos de los bienes hasta que éstos son colocados al costado del buque en el puerto de embarque convenido, momento en el cual el importador asume la responsabilidad (incluidos los gastos por daños o pérdidas). El término FAS exige al exportador despachar la mercancía en aduana para la exportación;
- **FOB (Franco a bordo – “Free on board”)**: El importador asume la responsabilidad por los bienes desde el momento en que la mercancía sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque convenido. El exportador es responsable por los documentos aduaneros. Esta norma únicamente puede aplicarse al transporte marítimo de bienes.

Grupo C

- **CFR (Costo y Flete – “*Cost and Freight*”)**: El exportador es responsable de todos los costos de transporte de los bienes hasta el puerto de destino, incluidos los documentos de despacho en aduana para la exportación. Sin embargo, el riesgo por daños o pérdidas se transfiere al importador en el momento en que los bienes sobrepasan la borda del buque en el puerto de embarque convenido. Esta norma únicamente puede aplicarse al transporte marítimo de bienes;
- **CIF (Costo, seguro y flete – “*Cost, Insurance and Freight*”)**: Esta norma es similar a la CFR, pero, además, el exportador debe hacer los trámites necesarios para asegurar los bienes durante el transporte. Esta norma únicamente puede aplicarse al transporte marítimo de bienes;
- **CPT (Transporte pagado hasta – “*Carriage Paid To*”)**: El exportador es responsable por los costos de transporte, pero el importador asume la responsabilidad por daños o pérdidas una vez que los bienes se encuentran en posesión de la empresa de transporte; en consecuencia, es responsable de realizar los trámites necesarios para asegurar los bienes durante el transporte (y cubre los costos de seguro). Se utiliza para cualquier modo de transporte, incluido el multimodal.
- **CIP (Transporte y seguro pagado hasta – “*Carriage and Insurance Paid To*”)**: Esta norma es similar al CPT, con la obligación adicional para el exportador de realizar los trámites de seguro de bienes para cubrir los riesgos de daño o pérdida del importador. Se utiliza para cualquier modo de transporte, incluido el multimodal.

Grupo D

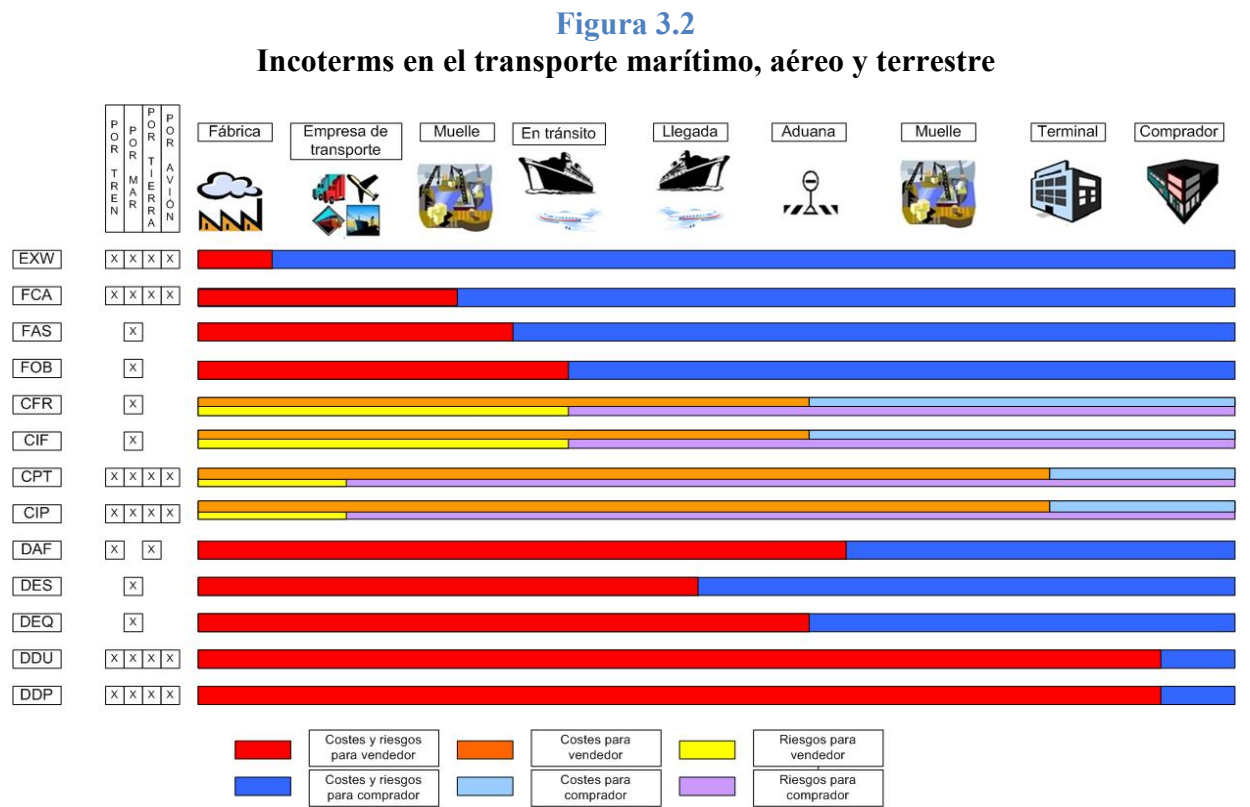
- **DAF (Entregado en frontera – “*Delivered At Frontier*”)**: El exportador entrega los bienes en el punto y lugar de la frontera convenida, pero antes de la aduana fronteriza del país colindante, incluido los documentos de despacho para la exportación, pero no para la importación. Cuando se utilice esta opción, debe establecerse el punto específico de entrega, para evitar confusiones con

respecto a la ubicación precisa de la frontera. Se utiliza para cualquier modo de transporte cuando la mercancía deba entregarse en una frontera terrestre;

- **DES (Entregado sobre barco – “*Delivered Ex Ship*”)**: El exportador es responsable de los bienes hasta que arriban al puerto de destino y atraviesan el proceso de aduanas de exportación, mas no del proceso de despacho en la aduana para la importación, y no es responsable por desembarcarlos. El exportador es responsable de cubrir todos los costos incurridos hasta su llegada al puerto. Esta norma únicamente puede aplicarse al transporte marítimo de bienes;
- **DEQ (Entregado en muelle – “*Delivered Ex-Quay*”)**: Esta norma es similar a la DES y además el exportador es responsable por los gastos de descarga de la mercancía al muelle (desembarcadero). Esta norma únicamente puede aplicarse al transporte marítimo de bienes;
- **DDU (Entregado derechos no pagados – “*Delivered Duty Unpaid*”)**: El exportador es responsable de todos los costos y riesgos de daños y pérdidas involucrados en el transporte de los bienes, sin descargarlos del transporte, hasta un punto acordado en el país de destino. Todos los costos e impuestos involucrados en el procedimiento aduanero de importación son responsabilidad del comprador. Se utiliza para cualquier modo de transporte, incluido el multimodal;
- **DDP (Entregado derechos pagados – “*Delivered Duty Paid*”)**: El exportador es responsable del transporte de bienes a un punto acordado en el país de destino sin descargarlos y es también responsable por todos los costos y riesgos asociados con el proceso de transporte, incluidos impuestos y costos asociados con los procedimientos de aduana para la importación. Se utiliza para cualquier modo de transporte, incluido el multimodal.

Muchas de las normas arriba descriptas sólo son aplicables a transportes marítimos (FAS, FOB, CFR, CIF, DES y DEQ).

La figura a continuación muestra claramente en qué forma de transporte se pueden utilizar los Incoterms y en qué momento se transfiere la responsabilidad de los gastos del exportador al importador.



Fuente: adaptado de 2Connect Logistics BV, 2010.

3.1.2 Formas de pago

Existen diversas formas de pago, entre las cuales usted deberá seleccionar la que más se adapte a su conveniencia, basándose principalmente en el grado de confianza que exista entre el exportador y el importador.

Tabla 3.1
Nivel de riesgo para cada tipo de transacción

Tipo de transacción	Descripción	Nivel de riesgo; ventajas y desventajas para exportador*	Nivel de riesgo y ventajas; desventajas para importador*
Pago anticipado	El importador paga el valor total al exportador, antes de recibir los bienes.	Nivel de riesgo: *	Nivel de riesgo: * * * *
		Ventajas <i>- El pago de los bienes se recibe anticipadamente.</i> Desventajas <i>- Los pagos internacionales pueden tardar mucho tiempo y ello hace que se retrase la venta o el despacho.</i> <i>- Los importadores pueden elegir otro exportador con formas de pago más flexibles.</i>	Desventajas: <i>- Riesgo alto de no recibir los bienes.</i>
Cuenta abierta o crédito al importador	El exportador envía una factura, con los bienes, al importador. El importador tiene que pagar dentro del plazo determinado (usualmente, 30 días).	Nivel del riesgo: * * * * *	Nivel de riesgo: *
		Desventajas: <i>- Alto riesgo de no recibir el pago. Referencias de los importadores deben ser comprobadas cuidadosamente.</i>	Ventajas: <i>- Se recibe el producto antes de su pago.</i>
Consignación	Similar a “cuenta abierta”, pero el importador sólo paga por los productos realmente vendidos.	Nivel de riesgo: * * * * *	Nivel de riesgo: *
		Desventajas: <i>- Existe un alto riesgo de que no se reciba el pago o de que el pago tarde mucho tiempo.</i> <i>- El exportador no tiene ningún control sobre los bienes que se venden.</i> <i>- El exportador es responsable de todos los gastos asociados.</i>	Ventajas: <i>- Nivel de riesgo bajo.</i> <i>- Sólo se paga por los bienes que se venden.</i> <i>- A veces, el importador también recibe una comisión.</i>

Tipo de transacción	Descripción	Nivel de riesgo; ventajas y desventajas para exportador*	Nivel de riesgo y ventajas; desventajas para importador*
		- <i>Existe una inversión en el inventario de productos exportados y no cobrados.</i>	
Documentos contra pago (D/P)	Los exportadores pueden instruir a un banco a retener los documentos de propiedad de los bienes (p. ej.: un conocimiento de embarque) hasta que el importador haya pagado en su totalidad.	Nivel de riesgo: * * *	Nivel de riesgo: *
		Ventajas: - <i>Nivel de riesgo más bajo que las dos opciones anteriores.</i> Desventajas: - <i>El pago no está garantizado.</i> - <i>Si no se recibe el pago, el exportador tiene la responsabilidad de recuperar los bienes.</i>	Ventajas: - <i>Nivel de riesgo bajo.</i>
Carta de crédito documentaria	El importador utiliza una “carta de crédito” garantizada por el banco del importador. Este pago se hace efectivo cuando el banco emisor confirma que se han cumplido las condiciones de pago.	Nivel de riesgo: * *	Nivel de riesgo: * *
		Ventajas: - <i>Nivel de riesgo bajo.</i> - <i>El banco emisor está obligado a pagar si la documentación está en orden.</i> Desventajas: - <i>Esta forma de pago generalmente conlleva un costo del banco que participa.</i>	Ventajas: - <i>Nivel de riesgo bajo.</i> Desventajas: - <i>Generalmente, el importador es responsable de pagar los gastos o parte de los gastos bancarios.</i>
Cobranza documentaria	El importador tiene que demostrar su capacidad de pago. Se puede utilizar una “letra a la vista” o “letra de cambio”. El importador está obligado a pagar dentro del tiempo límite establecido,	Nivel de riesgo: * *	Nivel de riesgo: * *
		Ventajas: - <i>Nivel de riesgo bajo.</i> - <i>El banco emisor está obligado a pagar si la documentación está en orden.</i>	Ventajas: - <i>Nivel de riesgo bajo.</i> Desventajas: - <i>Generalmente, el importador es responsable de pagar los gastos o parte de</i>

Tipo de transacción	Descripción	Nivel de riesgo; ventajas y desventajas para exportador*	Nivel de riesgo y ventajas; desventajas para importador*
	una vez que la letra ha sido firmada.	Desventajas: <i>- Esta forma de pago generalmente conlleva un costo del banco que participa.</i>	<i>los gastos bancarios.</i>

*A mayor número de asteriscos, mayor riesgo.

Pago anticipado

El pago anticipado implica que el importador tiene que pagar al exportador el valor total de los bienes antes de recibirlos. Sin embargo, este método expone al importador a riesgos muy altos, que en la mayoría de los casos no está dispuesto a correr.

Si el exportador tiene preferencia por esta forma de pago, su competitividad puede verse disminuida, ya que los importadores podrían elegir otro exportador que acepta otras formas de pago. En algunos casos, el importador puede realizar un depósito (un porcentaje acordado del pago total) una vez que el contrato esté firmado y se puede abonar el saldo al momento de recibir los bienes. En el caso de cantidades pequeñas, se podría utilizar una tarjeta de crédito como garantía. En la práctica, es difícil que un exportador reciba dinero antes de realizar la exportación, ya que las transferencias internacionales pueden tardar hasta seis semanas en completarse. Una garantía bancaria puede minimizar la pérdida del exportador si la transacción saliera mal.

Cuenta abierta o crédito al importador

Este método implica que el exportador envía una factura, con los bienes, al importador. Generalmente, la factura incluye una fecha límite para la recepción del pago (usualmente, 30 días). Los exportadores deben asegurarse de revisar las referencias del importador cuando utilicen este método, ya que implica un alto riesgo de su parte y los reclamos legales son difíciles de seguir, ya que no hay documentos legales ni procesos bancarios involucrados.

Consignación

En algunos casos (por ejemplo, productos perecederos y cuando se trata con distribuidores), el importador paga al exportador (dentro de los 30 días) en base a lo que realmente se vende al consumidor, en lugar de la cantidad exportada. El importador usualmente también recibe una comisión y los costos relacionados corren por cuenta del exportador. Se recomienda que los exportadores tengan un seguro de riesgo cuando se utiliza esta forma de pago.

Documentos contra pago (D/P)

Los exportadores pueden instruir a un banco a retener los documentos de propiedad de los bienes (por ejemplo, un conocimiento de embarque; un recibo que el transportista da al remitente como reconocimiento de que se han recibido los bienes embarcados) hasta que el importador haya pagado en su totalidad. Esta forma de pago conlleva un riesgo menor para el exportador que los dos últimos métodos descritos, pero no garantiza el pago, ya que el banco no se hace responsable por el pago si el importador no cumple su compromiso y el exportador se enfrenta a dificultades adicionales y costos por el retiro de los bienes. Este método contempla un cobro bancario y el exportador e importador deben negociar sobre quién recae la responsabilidad por el pago de esta tarifa.

Carta de crédito documentaria

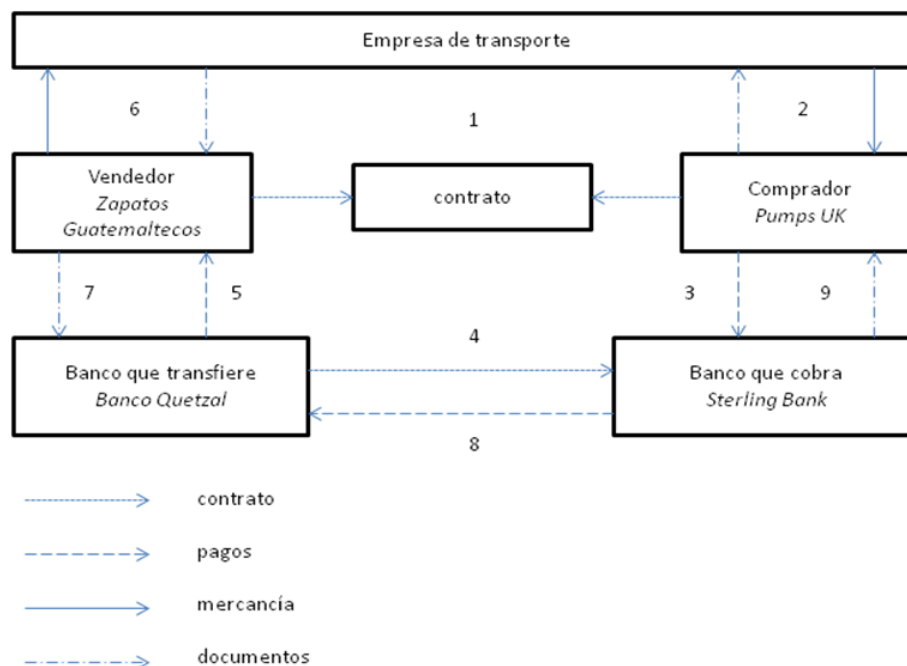
Un importador puede utilizar un documento conocido como “carta de crédito” garantizada por el banco del importador (“banco emisor”). Este pago se hace efectivo cuando el banco emisor confirma que se han satisfecho las condiciones de pago. Este es el método más común de pago cuando se inicia una nueva relación entre exportador e importador. Dependiendo del tipo de carta de crédito, es el método de pago más seguro para los exportadores, ya que el banco emisor está obligado a pagar si la documentación está en orden y se cuenta con el tipo correcto de carta de crédito. Una carta de crédito puede ser de carácter “irrevocable” (inalterable por cualquiera de las partes) o “revocable” (ambas partes pueden hacer cambios unilaterales). Se recomiendan las letras de crédito irrevocables. Este método también tiene un costo bancario, que generalmente es responsabilidad del importador o puede negociarse para hacer más competitiva la transacción.

Cobranza documentaria

Esto es similar al uso de un cheque, pero tiene una mayor garantía de pago, ya que el importador debe demostrar su capacidad de pago. Se puede utilizar una “letra a la vista” si el exportador prefiere retener la propiedad de los bienes hasta su arribo a la UE y si se ha realizado el pago. Una “letra de cambio” se utiliza cuando el exportador da crédito al importador y se especifica su vencimiento (por ejemplo, 30 días). El importador está obligado a pagar dentro del tiempo límite establecido, una vez que la letra ha sido firmada. Al igual que las cartas de crédito, se debe decidir quién paga el cargo bancario que, generalmente, es responsabilidad del importador.

La figura a continuación muestra claramente el proceso involucrado cuando se utilizan cobranzas documentarias (véase también el “Estudio de caso *Zapatos Guatemaltecos y Pumps UK*” detallado más adelante).

Figura 3.3
Proceso de cobranza documentaria



Fuente: adaptado de EURIDIS, 2002 ⁹.

⁹ <http://www.euridis.nl/weboutline/Web.Scenario.DocCred.html>, consulta marzo 2010.

Estudio de Caso de Zapatos Guatemaltecos y Pumps UK

Este estudio de caso de dos empresas ficticias de calzado muestra los pasos involucrados en una transacción internacional de exportación. “Zapatos Guatemaltecos” ha hecho arreglos para exportar zapatos a “Pumps UK”. Los términos de entrega se especifican en el contrato como CIF, lo cual significa que *Zapatos* es responsable de todos los costos de transporte, así como también del seguro. Se ha acordado que la forma de pago será una cobranza documentaria.

- **Paso 1:** *Zapatos* le vende diez cajas de zapatos deportivos a *Pumps UK*. Los términos de entrega son CIF a Portsmouth, Reino Unido. La forma de pago convenida es la cobranza documentaria (letra de cambio) con vencimiento a tres meses.
- **Paso 2:** *Zapatos* envía los zapatos y recibe un “conocimiento de embarque” de la empresa de transporte.
- **Paso 3:** *Zapatos* envía a su banco (*Banco Quetzal*) instrucciones para una cobranza documentaria con dos copias de una letra de cambio a tres meses contra *Pumps UK*, tres copias del conocimiento de embarque, seis copias de la factura comercial y un certificado de seguro. Nota: *Éste es solo un ejemplo. Los exportadores deberán informarse directamente con su banco para confirmar cuáles son los documentos requeridos.*
- **Paso 4:** Después de revisar los documentos, *Banco Quetzal* decide enviar instrucciones para ejecutar una cobranza documentaria al banco de *Pumps UK* (*Sterling Bank*).
- **Paso 5:** *Pumps UK* recibe los documentos de *Sterling Bank* a cambio de la aceptación de la letra de cambio.
- **Paso 6:** *Pumps UK* recibe los bienes con base en el conocimiento de embarque.
- **Paso 7:** Tres meses después, *Sterling Bank* envía a *Pumps UK* la letra de cambio y solicita su cancelación.
- **Paso 8:** *Sterling Bank* transfiere el valor de la letra de cambio, acompañado de una liquidación, al *Banco Quetzal*, restando cualquier costo incurrido o comisión.
- **Paso 9:** *Banco Quetzal* transfiere el valor a *Zapatos*, menos cualquier costo incurrido y las comisiones de *Banco Quetzal* y *Sterling Bank*.

Fuente: adaptado de NIBE, Internationaal bankieren, 1997.

3.1.3 Reducción de riesgos

Además del incumplimiento de pago, existen otros riesgos en que pueden incurrir los exportadores cuando realizan transacciones con compradores extranjeros, como por ejemplo: daños de los productos durante el transporte; cambios en políticas internacionales (por ejemplo, si un país es políticamente inestable o si hay relaciones difíciles entre los dos países); el no retiro de los bienes al momento de arribo por parte del importador, cambios en los precios y fluctuaciones monetarias.

Los exportadores pueden reducir estos riesgos que involucran las formas de pago antes mencionadas, tomando las siguientes precauciones:

Moneda extranjera

En primera instancia, los exportadores pueden solicitar facturar en su moneda local, dejando así el riesgo de cambio a su importador, pero dependerá del producto y de la relación entre el exportador y el importador. Si el importador se rehusara, se puede optar por una tercera moneda, extranjera para ambas partes.

Cuando una empresa hace negocios en una moneda extranjera, hay riesgos en las variaciones en los tipos de cambio. Un exportador puede hacer varias cosas para protegerse de esos riesgos. La mejor opción para reducir el riesgo es el uso de una “cobertura” a través de un banco. “Cobertura” significa que el exportador tiene seguro contra el precio de un artículo – en este caso, la moneda – si se mueve desfavorablemente para el exportador en el futuro. Hay varios tipos de cobertura de moneda y un exportador debe pedir apoyo de su banco para conocer el tipo más adecuado para su negocio. Dos ejemplos de cobertura son los “contratos futuros de tipo de cambio” y “opciones de compra de divisas”. Un contrato futuro de tipo de cambio es un acuerdo para comprar o vender una cantidad de moneda extranjera a un tipo de cambio determinado en una fecha determinada o con anterioridad a ella. Las opciones de compra de divisas dan a una empresa el derecho de comprar o vender una cantidad de moneda extranjera determinada a un tipo de cambio específico en una fecha determinada o con anterioridad a ella. Una ventaja de esta opción, comparada con un contrato futuro, es que la empresa no está obligada a comprar o vender la divisa al final del período. Una desventaja es que los gastos bancarios pueden ser muy altos.

Otra opción es abrir una cuenta en moneda extranjera. Estas cuentas pueden ser una buena elección para los importadores y exportadores, ya que permiten el manejo de cuentas por cobrar y pagar en la misma moneda. Estas cuentas permiten la recepción de pagos, cheques o dinero en efectivo y también permiten la emisión de transferencias internacionales y cheques.

En cualquier caso, el exportador debe buscar la asesoría de un ejecutivo de banco cuando facture en una moneda extranjera, ya que los bancos pueden reducir los riesgos involucrados en una transacción con moneda extranjera. En estos casos, el banco también cobrará una tarifa.

Referencia de crédito

Cuando se inicia un nuevo acuerdo con un importador, es aconsejable investigar su historial crediticio. Esto puede hacerse a través de un banco o a través de una agencia privada de investigación crediticia. Puede consultarse el directorio de comercio al por mayor de Alibaba, (www.alibaba.com) para saber si una empresa está registrada y si su historial crediticio ha sido investigado previamente. Las tres agencias de investigación crediticia internacionales más grandes son Equifax, Experian y Trans Union. DICOM Centroamérica (una empresa asociada de Equifax) opera en El Salvador (https://www.equifax.com/home/es_sv); Experian tiene oficinas en Costa Rica (www.experian.com); y Trans Union Centroamérica (TUCA) opera en Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua y Costa Rica: (<http://www.transunioncentroamerica.com>). A continuación, se enumeran otras agencias privadas y públicas que operan en todos los países centroamericanos y en Panamá:

Guatemala

Protectora de Crédito Comercial:

Dirección: 7 Av.6-26 Zona 9, Guatemala, Tel. (502) 23611033

El Salvador

Banco Pro Credit: <http://www.bancoprocredit.com.sv/>

Honduras

La Comisión Nacional de Bancos y Seguros: <http://www.cnbs.gov.hn/principal.htm>

Nicaragua

Nacional Nicaragüense de Información Crediticia y Cobros: <http://www.annicc.net>

Costa Rica

Teletec S.A.: <http://www.teletec.co.cr/>

Datum: www.datum.net

Protectora de Crédito Comercial S.A.: www.protectora.com

Cero Riesgo S.A.: www.ceroriesgo.co.cr

Panamá

Asociación Panameña de Crédito: www.apc.com.pa

3.1.4 ¿Y si algo sale mal?

En algunos casos, pese a una revisión exhaustiva del crédito de una empresa y a la utilización de una forma de pago de bajo riesgo, un cliente puede incumplir su compromiso de pago. Si esto ocurriese, la manera más fácil de resolver el asunto es a través de una negociación directa con el cliente. Se le pueden hacer llegar recordatorios de pago al comprador (usualmente, 2 ó 3) antes de buscar la asesoría de un banco o asesoría legal. Si a pesar de ello, el comprador no cumpliera con su obligación, entonces ambas partes pueden someter la controversia a arbitraje (esto es muchas veces más fácil menos costoso que una acción legal). Los costos dependen del monto en disputa y del número de árbitros. La Cámara de Comercio Internacional trata los arbitrajes internacionales.

Ver: <http://www.iccwbo.org/court/arbitration/id4401/index.html.html>. Más información sobre costos disponible en: <http://www.iccwbo.org/court/arbitration/id4097/langtype1034/index.html>.

3.2 LAS LEYES Y LOS REQUISITOS DEL MERCADO: DEFINICIONES

Leyes

Un producto de exportación que se coloca en el mercado de la Unión Europea debe cumplir con la legislación establecida – por la UE y por los Estado Miembros – en aspectos tales como salubridad, seguridad y medioambiente, entre otros. Las leyes pueden estar relacionadas con las

características del producto (bienes o servicios) o con los requisitos aplicables a los procesos de producción y métodos.

Los procedimientos de evaluación de conformidades (ver más adelante) están diseñados para determinar si estos requisitos obligatorios se cumplen antes de entrar en el mercado.

Al exportar a la UE, los empresarios deben saber que existen dos tipos de legislación que pueden serles aplicables:

- Ley comunitaria: ésta es una ley desarrollada al nivel de la UE y es aplicable en todos sus Estados Miembros;
- Ley nacional: ésta es una ley desarrollada a nivel nacional y solamente aplicable en el Estado Miembro involucrado.

El proceso de armonización de la legislación a nivel de la UE ha sido progresivo y está todavía en proceso. Se tiene como meta alcanzar uniformidad en las leyes de tal manera que se simplifiquen los procedimientos (comerciales), se reduzcan los costos de transacción y se continúe protegiendo a la ciudadanía europea (salud y seguridad).

Tanto los exportadores como los importadores se benefician con la armonización de las leyes al nivel de la UE, ya que una sola legislación reemplaza a 27 legislaciones nacionales. En la actualidad, la mayor parte de las leyes directamente relacionadas con las exportaciones hacia la UE, se encuentra armonizada al nivel de la UE; las leyes nacionales específicas se aplican solamente a una minoría de los productos de exportación (menos de una quinta parte) y se aplican con respecto a la seguridad pública, la moralidad pública o la política pública.

Legislación de la UE:

Los instrumentos legales más importantes al nivel de la UE que son relevantes para el comercio internacional son:

- **Regulaciones:** todos los Estados Miembros deben cumplir con las regulaciones de la UE, lo que significa que los instrumentos legales no deben ser transpuestos o implementados a través de la legislación nacional, sino que estas regulaciones prevalecen sobre aquélla.
- **Directivas:** Todos los Estados Miembros deben cumplir con las directivas de la UE, con respecto a

alcanzar ciertos objetivos o resultados, sin especificar los medios para lograrlo. Las autoridades nacionales de los Estados Miembros pueden determinar cómo incorporar los objetivos acordados por la UE a sus sistemas legales nacionales;

- **Decisión:** Una Decisión está dirigida solamente a ciertos Estados Miembros, instituciones o individuos, según el tema de que se trate. Sólo las partes a quienes se dirige una decisión (mencionadas en ella) están sujetas a dicha decisión.

La legislación oficial de la UE está disponible en EUR-LEX: <http://eur-lex.europa.eu/es/index.htm>

Requerimientos voluntarios del mercado

Mientras que las leyes son instrumentos impuestos a los exportadores e importadores, utilizados como medios para garantizar la salubridad y la seguridad de los ciudadanos de la Unión Europea, los requerimientos voluntarios del mercado son requerimientos que surgen de la concientización de los consumidores, a los que los productores o exportadores pueden adherirse en forma voluntaria. Por ejemplo, en la UE prevalece la concientización de que el crecimiento económico no debe poner en riesgo a generaciones futuras o al medioambiente. Particularmente en aquellos Estados Miembros con alto ingreso per cápita, los consumidores manifiestan una tendencia a pagar más por productos de alta calidad que son producidos y entregados en forma “justa” y sostenible.

Los requerimientos voluntarios del mercado son mayormente aplicables a campos como la calidad, el medioambiente y la responsabilidad social (véase la Sección 0) y al adherirse a ellos, los productores o exportadores pueden demostrar que su producto, proceso de producción o sistema de manejo, da importancia a esta concientización. Ejemplo de ello son los productos identificados con la etiqueta eco-UE.

Aunque estos requerimientos no son instrumentos legales, deben ser vistos como una manifestación de las prioridades de algunos consumidores. Estos requerimientos voluntarios del mercado usualmente evolucionan hasta convertirse en ley, tal como sucedió con los desechos de empaques y el comercio de especies en peligro de extinción. Tener conocimiento de ello y adherirse a estos requerimientos puede constituir un factor crítico de éxito para exportadores que desean triunfar en ciertos segmentos del mercado.

Estándares

La estandarización es un proceso voluntario para el desarrollo de especificaciones técnicas para productos o procesos, llevado a cabo, generalmente, por entidades de estandarización independientes a nivel nacional, europeo o internacional. Estas especificaciones para productos, servicios o procesos pueden interpretarse como un lenguaje técnico uniforme aplicable a industrias (usualmente, a nivel mundial) para contribuir a garantizar la seguridad y el comportamiento (*performance*), y asegurar que sus productos y servicios son aptos para su propósito, semejanza y compatibilidad. Usualmente, la iniciativa para la implementación de estándares voluntarios surge de la propia industria involucrada.

A nivel de la UE, existen tres entidades de estandarización: el Comité Europeo de Normalización (CEN), el Comité Europeo de Normalización Electrotécnica (CENELEC) y el Instituto Europeo de Normas de Telecomunicación (ETSI). Las normativas legislativas de la UE definen los “requerimientos esenciales” generales de salubridad y seguridad a los cuales deben adherirse los productos antes de situarse en su mercado. Las entidades que definen los estándares establecen posteriormente especificaciones técnicas; si un producto se adhiere a ellas, se asume que cumple con los requerimientos esenciales. Estas especificaciones se conocen como “estándares armonizados”.

Más información sobre los requisitos generales de acceso al mercado de la UE disponible en: http://www.cbi.eu/marketinfo/cbi/docs/eu_market_access_requirements_in_cbi_s_market_information_database

3.3 OBSTÁCULOS TÉCNICOS AL COMERCIO

Las especificaciones técnicas con las cuales deben cumplir los fabricantes o exportadores antes de entrar en el mercado son generalmente diseñadas para proteger la salud y la seguridad del consumidor y el medioambiente, o responden a metas de políticas públicas. No obstante, estas regulaciones pueden convertirse en limitaciones de acceso al mercado y pueden ser costosas para los exportadores.

El objetivo del marco internacional legal de la Organización Mundial del Comercio (principalmente, el Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio) es prevenir que las medidas técnicas se conviertan en barreras restrictivas e innecesarias para el comercio internacional (véase http://www.wto.org/spanish/tratop_s/tbt_s/tbt_s.htm).

El Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio (OTC) de la OMC

El Acuerdo sobre OTC (en inglés, *TBT Agreement*) busca minimizar el impacto de los requisitos técnicos. No obstante, los gobiernos mantienen el derecho de tomar las medidas necesarias para proteger la salud, la seguridad y el medioambiente. El Acuerdo sobre OTC busca que estas medidas sean adoptadas y aplicadas en forma “amigable con el comercio”. El Acuerdo sobre OTC es parte del Acuerdo de la Organización Mundial del Comercio e incluye regulaciones técnicas obligatorias, estándares voluntarios y procedimientos de evaluación de conformidad (auditorías que aseguran el cumplimiento con los procedimientos y los estándares técnicos). Las medidas sanitarias y fitosanitarias de la OMC están excluidas del alcance del Acuerdo sobre OTC.

Los principios fundamentales del Acuerdo sobre OTC son:

1. El principio de no discriminación.
2. Proporcionalidad, por ejemplo, para lograr sus objetivos. Las medidas no deben restringir el comercio más allá de lo necesario.
3. Armonía; por ejemplo, los miembros de la OMC tienen la obligación de utilizar los estándares internacionales como base para sus regulaciones técnicas.
4. Transparencia, lo que significa que los comentarios de países en desarrollo hechos a borradores de regulaciones técnicas y procedimientos para evaluación de conformidades presentados al Comité del TBT deben ser tomados en cuenta.

No obstante, los exportadores pueden enfrentar dificultades relativas a las especificaciones técnicas al entrar en el mercado europeo. Existen una variedad de programas de cooperación técnica a nivel mundial para ayudar a los exportadores de países en desarrollo en estos asuntos. Estos programas incluyen la concientización sobre los obstáculos técnicos al comercio, el desarrollo de capacidades para instituciones que establecen los estándares y evalúan conformidades y, a su vez, acentúan la participación de los países en desarrollo en las normas de estandarización internacional.

Más información disponible en http://www.wto.org/spanish/tratop_s/tbt_s/tbt_tech_link_s.htm o <http://tcdbd.wto.org/index.aspx?lg=es&> o http://www.unctad.org/sp/docs/dom20051_sp.pdf.

3.4 SALUD Y SEGURIDAD

La UE ha implementado altos niveles de protección para sus consumidores en los temas referentes a salubridad y seguridad. Por lo tanto, ha diseñado leyes e impuestos estándar que todo producto que quiera entrar en el mercado de la UE debe cumplir (tanto productos manufacturados como productos alimenticios).

A continuación, se brinda un panorama general sobre las leyes más importantes que deben cumplirse con respecto a la salubridad y la seguridad, que todo exportador o empresario PyME que desee serlo, debe conocer.

3.4.1 Productos manufacturados: marca CE

Muchos de los productos manufacturados y colocados en el Mercado Único de la UE deben presentar una marca de conformidad. Las siglas CE (Conformidad Europea) indican que un producto cumple con la normativa legal de la UE e impuesta al fabricante con respecto a los requerimientos de seguridad, salubridad y medioambiente.

Ver: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/single-market-goods/regulatory-policies-common-rules-for-products/new-legislative-framework/ce-marking/index_en.htm o http://europa.eu/legislation_summaries/consumers/product_labelling_and_packaging/l21013_es.htm.

La marca CE es parte de un conjunto de regulaciones que tienen como objetivo crear un mercado único, en el cual los productos puedan circular libremente, sin restricciones, y, paralelamente, garantizar la seguridad y conformidad de dichos productos con las directrices a nivel de la UE. El sistema armonizado de seguridad tiene tres componentes:

1. **Requisitos esenciales obligatorios:** las directivas de la UE contienen requisitos de seguridad, salubridad y otros requisitos de comportamiento aplicables a los productos. Esta legislación armonizada y aplicable a productos se limita a establecer “requisitos

esenciales”. Estos son los requisitos mínimos que deben cumplir los productos. Las especificaciones técnicas detalladas para cumplir con estos requisitos se dejan a criterio de los fabricantes o de los exportadores, a entidades cuyo fin es establecer estándares y a entidades auditoras designadas por los gobiernos. De esta forma, se garantiza la seguridad a nivel de la UE, mientras que se mantiene un nivel de flexibilidad.

2. **Procedimientos de evaluación de conformidad:** también se han diseñado procesos para evaluar si un producto cumple con los requisitos y estándares. El procedimiento específico a seguir por un fabricante o exportador puede variar y dependerá del nivel de riesgo asociado al producto. Existen ocho “módulos” para evaluar la conformidad (de la “A” a la “H”, véase la Tabla 3.3). Para productos de bajo riesgo, el fabricante puede establecer por sí mismo la conformidad (módulo A); para productos de alto riesgo, se exige obligatoriamente que intervenga un ente independiente especializado (“Entidad Auditora”; Módulos B - H);
3. **Marcado CE:** el marcado CE fijado a un producto es la declaración de una persona responsable (el fabricante o exportador) de que el producto cumple con todas las disposiciones aplicables por la UE y que los procedimientos de evaluación han sido cumplidos.

La marca CE es obligatoria para un amplio rango de productos manufacturados específicos y para productos que pueden presentar ciertos riesgos específicos. Para los siguientes productos, la marca CE es obligatoria si están relacionados con:

1. Un producto nuevo, independientemente de si es fabricado en la UE o en terceros países.
2. Un producto usado o de segunda mano que se importe a la UE desde terceros países.
3. Un producto sustancialmente modificado que debe cumplir con las directivas como nuevo producto.
4. La siguiente tabla brinda un panorama general de los grupos de productos para los cuales es requisito, en circunstancias especiales, fijar el marcado CE (se especifican en las Directivas mencionadas).

Para ver si su tipo de producto necesita la marca CE, véase: <http://www.ce-marking.org/what-product.html> o http://www.wellkang.com/cem/cem_introes.html#who_need

Tabla 3.2
Directivas¹⁰ de la UE para la fijación de la marca CE

Grupo de productos / riesgo	Directiva
Artefactos que operan con combustibles gaseosos	90/396/EEC
Balastos para iluminación fluorescentes – ahorrativos de energía	2000/55/EC
Instalaciones funiculares diseñadas para trasladar personas	2000/9/EC
Productos para la construcción	89/106/EEC
Compatibilidad electromagnética	2004/108/EC
Refrigeradoras, frigoríficos y combinaciones relacionadas, de calibre electrodoméstico – ahorrativos de energía	96/57/EC
Equipos y sistemas de protección para atmósferas potencialmente explosivas	94/9/EC
Explosivos para usos civiles	93/15/EEC
Equipo para uso en exteriores- emisiones de ruido al medioambiente	2000/14/EC
Montacargas	95/16/EC
Equipos de bajo voltaje	2006/95/EC
Seguridad para maquinaria	98/37/EC
Instrumentos de medición	2004/22/EC
Dispositivos médicos: activos que puedan ser implantados	90/385/EEC
Dispositivos médicos: generales	93/42/EEC
Dispositivos médicos: para diagnóstico in vitro	98/79/EC
Calderas nuevas de agua caliente operadas con líquidos o fluidos gaseosos – requisitos de energía	92/42/EEC
Instrumentos de pesa no automáticos	90/384/EEC
Equipos para protección personal	89/686/EEC

¹⁰ Un acto normativo dispuesto por el Consejo de la Unión Europea o la Comisión Europea.

Grupo de productos / riesgo	Directiva
Equipos de presión	97/23/EC
Equipo terminal de radio y telecomunicaciones	1999/5/EC
Manualidades para recreación	94/25/EC
Vehículos simples de presión	87/404/EEC
Seguridad para juguetería	88/378/EEC
Equipos transportables de presión	1999/36/EC

Las Directivas se encuentran disponibles en: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/single-market-goods/documents/list-directives3/index_en.htm

Módulos de evaluación de la conformidad

Si su producto necesita el marcado CE, se requiere de una evaluación de la conformidad. El sistema de la UE reconoce ocho módulos, de la A a la H, detallados en la siguiente tabla. Los módulos se aplican a la fase de diseño del producto, a la fase de producción o a ambas fases. La Directiva correspondiente (ver Tabla 3.3) indica cuál módulo es aplicable a su producto. En virtud de que los módulos son aplicables a diferentes fases de la cadena de valor, es posible que más de un módulo sea aplicable a su producto.

Tabla 3.3
Módulos de evaluación de la conformidad

Módulo	Descripción
A. Control interno de producción	Cubre el diseño interno y el control de producción. Este módulo no requiere de una entidad auditora.
B. Evaluación tipo Comunidad Económica	Cubre la fase de diseño y debe dársele seguimiento con un módulo aplicable a la fase de producción. El certificado de la evaluación tipo CE es emitido por una entidad auditora.
C. Conformidad a tipo	Cubre la fase de producción y sigue al módulo B. Provee los parámetros de conformidad al tipo como se describe en la evaluación tipo CE y es emitido conforme al módulo B. Este módulo no precisa de una entidad auditora.

Módulo	Descripción
D. Garantía de calidad en la fase de producción	Cubre la fase de producción y sigue al módulo B. Deriva del estándar de calidad EN ISO 9002, exige la intervención de una entidad auditora que apruebe y controle el sistema de calidad respecto a la producción, la inspección final del producto y los controles establecidos por el fabricante.
E. Garantía de calidad del producto	Cubre la fase de producción y sigue al módulo B. Deriva del estándar de calidad EN ISO 9003, exige la intervención de una entidad auditora que apruebe y controle el sistema de calidad para la inspección final del producto y los controles establecidos por el fabricante.
F. Verificación del producto	Cubre la fase de producción y sigue al módulo B. Una entidad auditora controla la conformidad con base al certificado emitido sobre la evaluación tipo CE emitido conforme el módulo B y, a su vez, emite un certificado de conformidad.
G. Verificación de la unidad	Cubre las fases de diseño y producción. Cada producto es examinado en forma individual por una entidad auditora que, a su vez, emite un certificado de conformidad.
H. Garantía de calidad total	Cubre las fases de diseño y producción. Deriva del estándar de garantía de calidad EN ISO 9001, con la intervención de una entidad auditora responsable de aprobar y controlar el sistema de calidad del diseño, fabricación, inspección final del producto y los controles establecidos por el fabricante.

Como parte del proceso, el fabricante o exportador está obligado a formular **Documentación Técnica** con información sobre el diseño, la fabricación y la operación del producto. Este archivo debe demostrar la conformidad (técnica) del producto con los requisitos aplicables. El fabricante también deberá formular una **Declaración de Conformidad** como parte del procedimiento de evaluación y elaborar **Manuales de Uso** que contengan información importante para las personas que utilicen el producto. Lo anterior suele ser parte de los requisitos esenciales.

Información detallada sobre los procedimientos de Evaluación de la Conformidad y qué módulos son aplicables para usted como exportador, disponible en “The Blue Guide” (la “Guía Azul”). http://ec.europa.eu/enterprise/policies/single-market-goods/files/blue-guide/guidepublic_es.pdf

Información general sobre la Evaluación de Conformidad disponible en:
http://ec.europa.eu/enterprise/policies/single-market-goods/regulatory-policies-common-rules-for-products/new-legislative-framework/conformity-assessment/index_en.htm

El fabricante de un producto es responsable de la conformidad del producto con las estipulaciones establecidas en las Directivas, de cumplir con las disposiciones y de fijar a su producto la marca CE. Aquellos productos manufacturados que no tengan fijada la marca CE y no cumplan con las Directivas aplicables pueden ser restringidos o retirados del mercado y prohibirse su venta.

La marca CE debe fijarse de manera visible, legible e indeleble al producto o incluirse en el cuadro de información del producto. Marca CE oficial: <http://ec.europa.eu/enterprise/faq/ce-mark.htm>). Si el producto, por su naturaleza, no permite la impresión de las siglas CE directamente sobre él, éstas podrán imprimirse en el empaque. Las siglas CE pueden fijarse en un país fuera de la UE, siempre y cuando la entidad auditora haya llevado a cabo una auditoría tal como se establece en la Directiva de la UE.



Síntesis de pasos para que un fabricante pueda obtener la marca CE:

- Paso 1** > Identifique las Directivas de la UE aplicables al producto (véase Tabla 3.2).
- Paso 2** > Identifique el Módulo de Evaluación de Conformidades aplicable.
- Paso 3** > Identifique si existen estándares aplicables; podrían ser estándares desarrollados asumiendo que su producto cumple con los requisitos mínimos legales.
- Paso 4** > Evalúe una muestra de su producto, ya sea usted mismo o a través de una entidad auditora (dependiendo del módulo).
- Paso 5** > Recopile su “Documentación Técnica”.
- Paso 6** > Firme la “Declaración de Conformidad”.
- Paso 7** > Fije la marca CE en su producto.

3.4.2 Productos alimenticios: medidas sanitarias y fitosanitarias

Para proteger la salud y la vida humana, animal y vegetal, se han diseñado medidas sanitarias y fitosanitarias (MSF, conocidas por sus siglas en inglés SPS - *Sanitary and Phyto-Sanitary*).

La UE es conocida por tener altas exigencias en los estándares de MSF para asegurar la salud y la seguridad de sus ciudadanos. Las MSF se dan en dos niveles básicos:

- Legislación horizontal: común a todos los productos alimenticios y que cubren aspectos sobre aditivos, higiene y etiquetado.
- Legislación vertical: previsiones para grupos de productos específicos, por ejemplo, productos cárnicos, lácteos o mariscos.

La mayor parte de la legislación relativa a productos alimenticios ya ha sido armonizada a nivel de toda la UE (alrededor del 90%). Aún así, algunos Estados Miembros pueden todavía aplicar legislaciones propias en ciertos aspectos aún no regulados a nivel de la UE. Puede obtenerse más información a través de las autoridades de los Estados Miembros o en guías específicas por producto o según el país al cual usted exporte (véase <http://www.useu.be/agri/fairs.html> o <http://cbi.nl/marketinfo/cbi/>).

Para garantizar un alto nivel de seguridad y, paralelamente, evitar que las MSF se conviertan en barreras innecesarias para el comercio internacional, el Acuerdo MSF de la Organización Mundial del Comercio regula el régimen de MSF a nivel internacional.

Definición de las MSF de la Organización Mundial del Comercio

La Organización Mundial del Comercio define los estándares de MSF de la siguiente manera “incluyendo todas las leyes relevantes, decretos, regulaciones, requisitos y procedimientos aplicados a: proteger la vida animal o vegetal dentro del territorio del Estado Miembro por riesgos que surjan por i) la entrada, establecimiento o transmisión de pestes, enfermedades, organismos portadores de enfermedades; ii) aditivos, contaminantes, toxinas u organismos patógenos en alimentos, bebidas o productos comestibles; iii) enfermedades transmitidas por animales, plantas o productos derivados, o de la entrada, establecimiento, transmisión de pestes; así como también las medidas aplicadas para prevenir o limitar otro daño dentro del territorio del Estado Miembro por la entrada, establecimiento o diseminación de pestes.” Más información disponible en los siguientes enlaces (http://www.wto.org/spanish/tratop_s/SPS_s/SPSagr_s.htm y http://www.wto.org/spanish/tratop_s/SPS_s/SPS_s.htm).

Panorama general de la ley de alimentos de la UE

Todos los productos alimenticios que sean importados por la UE deben reunir ciertos requisitos legales definidos en la Ley de Alimentos de la UE. La Regulación EC/178/2002 (<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2002:031:0001:0024:ES:PDF> y http://ec.europa.eu/food/food/foodlaw/guidance/guidance_rev_7_es.pdf) establece los principios generales y los requisitos del régimen legal de alimentos de la UE establecido por la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA, por sus siglas en inglés, <http://www.efsa.europa.eu/>). Adicionalmente, se adoptaron nuevas reglas de salubridad en el 2004. Como tercer nivel de requerimientos, existen varios requisitos aplicables a ciertos productos y a la inocuidad alimenticia.

Más información sobre la legislación de la UE en materia alimentaria disponible en: http://ec.europa.eu/food/food/biosafety/hygienelegislation/comm_rules_en.htm

El objetivo general de la ley alimentaria es el de alcanzar altos niveles de protección a la vida humana, la salubridad y la protección de los intereses del consumidor, inclusive de prácticas justas en el comercio de alimentos, considerando también la protección de la salud y el bienestar animal, vegetal y del medioambiente. Para alcanzar este objetivo, la ley alimentaria de la UE aplica los principios del *análisis de riesgo* y de *trazabilidad* a través de *toda la cadena productiva*.

“Trazabilidad” se define como “la habilidad para rastrear y seguir un producto alimenticio, el animal productor o su alimento a través de todas las etapas de la producción, procesamiento y distribución”. La ley alimentaria de la UE hace fuerte hincapié en los procesos de control a través de toda la cadena alimentaria: “*De la finca a la mesa*”. La ley general de alimentos de la UE es, fundamentalmente, un sistema de manejo de la calidad y apoya el flujo de información, exigiendo a sus operadores la capacidad de identificar a cualquiera de sus proveedores, a través de todas las etapas de producción.

“El análisis de riesgos” es un principio fundamental de la ley de alimentos de la UE y se basa en tres componentes básicos: evaluación del riesgo, manejo de riesgos y comunicación sobre el riesgo. Los procedimientos para el análisis del riesgo que se encuentran en la ley de alimentos de la Unión Europea se basan en los principios internacionales de Análisis de Peligros y Puntos Críticos (APPC o HACCP, por sus siglas en inglés), como se establece en el Principio

General de Salubridad de los Alimentos del Codex Alimentarius (FAO y Organización Mundial de la Salud, http://www.fao.org/ag/agn/agns/index_es.asp). HACCP es un sistema con base científica de producción e inspección para asegurar la inocuidad alimentaria. El sistema HACCP aplica a toda la industria de alimentos en la UE, en toda la cadena de valor. Contar con un sistema de manejo basado en el análisis HACCP es un requisito legal para los procesadores de alimentos y altamente recomendable para los productores (primarios). Las empresas pueden buscar la asistencia de organizaciones acreditadas para implementar un sistema HACCP y certificarse bajo este requisito.

Síntesis de las obligaciones fundamentales para operadores de negocios en el sector de alimentos y forrajes (concebidos como “alimentos para animales”) según la ley de la UE:

- **Seguridad:** los operadores no venderán alimentos o forrajes no aptos para el consumo.
- **Responsabilidad:** los operadores son responsables por la seguridad del alimento y forraje que producen, transportan, almacenan o venden.
- **Trazabilidad:** los operadores serán capaces de identificar rápidamente a cualquier proveedor o consignatario.
- **Transparencia:** los operadores informarán de inmediato a las autoridades correspondientes si tienen una razón para dudar de que su alimento o forraje esté contaminado o no apto para el consumo.
- **Emergencia:** los operadores retirarán del mercado en forma inmediata un alimento o forraje si consideran que éste no es seguro para el consumo.
- **Prevención:** los operadores deberán identificar y revisar con regularidad los puntos críticos en sus procesos y asegurarse de que los controles se apliquen a estos puntos.
- **Cooperación:** los operadores cooperarán con las autoridades competentes en acciones tendientes a reducir riesgos.

Fuente: http://ec.europa.eu/food/food/foodlaw/responsibilities/obligations_es.pdf

Requisitos específicos aplicables a las importaciones y a los procesos de control

Las nuevas normas relativas a la salubridad y a los controles oficiales de alimentos distinguen tres categorías de productos alimenticios:

- **Alimentos de origen animal**, no procesados y procesados, como por ejemplo, carne fresca y mariscos, huevos, miel, gelatina y productos lácteos. Todos estos productos están sujetos a un control de importación en un punto de inspección fronterizo de la UE y la llegada de tales productos debe notificarse por adelantado. El formulario a llenar (“Documento Veterinario Común de Entrada”, DVCE) para cursar dicha notificación se puede obtener al registrarse en el sistema TRACE, en <https://sanco.ec.europa.eu/traces/security/askLogin.do>). Los productos de origen animal solamente podrán ser importados desde aquellos países que estén incluidos en la lista de países aprobados para ese grupo de productos (http://ec.europa.eu/food/international/trade/third_en.htm). Para averiguar si éste es el caso para su producto y país, diríjase a las autoridades correspondientes de su país, ya que ellos son los responsables de su aplicación. Asimismo, son aplicables los requisitos de salubridad e inocuidad, sanidad animal y bienestar, así como otros requisitos específicos de salubridad;
- **Alimentos de origen no animal**, tales como frutas, vegetales, nueces, bebidas, alimentos de origen mineral y especias. En principio, estos productos pueden ingresar en la UE sin la aplicación de procedimientos de certificación o notificación previa, pero deben cumplir con todos los requisitos de higiene, los procedimientos de importación y los requisitos de sanidad vegetal (véase a continuación: *requisitos más importantes para la importación de alimentos de tres grupos amplios*);
- **Productos compuestos**, es decir, alimentos que contienen productos de origen vegetal y productos procesados de origen animal. A continuación, se incluye información más detallada sobre los requisitos legales aplicables a dichos productos:

Requisitos más importantes para la importación de alimentos de tres grupos amplios:

1. Productos alimenticios de origen animal:

Procedimientos de importación:

- Todos los productos estarán sujetos a un control de importación relativo a la higiene y la sanidad animal en un punto de inspección en la frontera de la Comunidad por la que ingresa el producto (la información de contacto de dichos puntos de control se encuentra disponible por país en: http://ec.europa.eu/food/animal/bips/bips_contact_en.htm).
- Se deberá cursar notificación previa al arribo de los productos al puesto fronterizo de inspección (por el sistema TRACE, en <https://sanco.ec.europa.eu/traces/security/askLogin.do>).
- Las consignaciones y todos los certificados (con base en la legislación veterinaria de la UE) deberán presentarse en el puesto fronterizo de inspección.
- En algunos casos, es posible que ciertas medidas especiales de seguridad adicionales sean de aplicación. En los puestos fronterizos de inspección, los productos podrán ser sometidos a controles de aditivos alimenticios, irradiación alimenticia o de los materiales en contacto con el alimento.

Requisitos de higiene de los alimentos:

- Las obligaciones que deben cumplir los **procesadores** de alimentos en terceros países incluyen: una obligación general de monitorear la seguridad alimentaria de todos los productos y procesos bajo su responsabilidad; realizar previsiones generales de higiene para productos primarios; cumplir con requisitos detallados posteriores a la producción primaria; en algunos casos, cumplir con requisitos microbiológicos; llevar a cabo los procedimientos con base en principios HACCP; y registrar los establecimientos.
- Las obligaciones que deben cumplir los **importadores** incluyen: los productos a importarse deben provenir de un país que se encuentre dentro de la lista de la Comunidad; asegurarse de que los productos se ponen a disposición en los puestos fronterizos de inspección; cumplir con todos los requisitos de sanidad animal. En algunos casos, los productos deben provenir de un establecimiento reconocido, tener una marca de identificación o de salubridad, o ser acompañados por un certificado emitido por una autoridad competente del país en desarrollo;
- Las obligaciones que deben cumplir las autoridades competentes del tercer país incluyen: ofrecer garantías (o su equivalencia) respecto del cumplimiento con los requisitos de la UE, asegurando el cumplimiento de sus servicios de control con los criterios operacionales, cumplimiento de los requisitos de la UE de aquellos establecimientos autorizados para exportar a la UE y satisfacción de los requisitos de certificación.

- Requisitos de sanidad animal:
- Todos los productos de origen animal deben cumplir con los requisitos establecidos para prevenir la introducción de enfermedades animales a la UE. Estos requisitos se relacionan con la producción, el procesamiento, la distribución y el posicionamiento de los productos para consumo humano.

Otros requisitos de salubridad:

- Podrán aplicarse requisitos específicos de otros grupos de productos en relación con: contaminantes y residuos; el uso de aditivos alimenticios, radioactividad; materiales en contacto con los productos alimenticios; sustancias que generan un efecto hormonal; productos alimenticios congelados; productos alimenticios para propósitos nutricionales particulares; y organismos genéticamente modificados.

Requisitos de bienestar animal:

- Establecen ciertas condiciones para realizar la matanza de animales en forma humanitaria.

2. Productos alimenticios de origen no animal:

Procedimientos de importación relacionados con la salubridad de los alimentos:

- El **importador** debe asegurarse de que se cumplan los requisitos generales de importación en relación con la salubridad de los alimentos y otros aspectos de seguridad alimentaria (ver más adelante).
- Los alimentos de origen no animal podrán ser sometidos a controles con base en planes de control que, en virtud de sus riesgos potenciales, hayan implementado los Estados Miembros a través de sus legislaciones nacionales.
- En principio, los alimentos de origen no animal podrán entrar en la UE sin una certificación que haya sido emitida por parte de las autoridades competentes de un país tercero y están exentos del requisito de notificación previa.

Procedimientos de importación relacionados con la sanidad vegetal:

- Algunas plantas y productos vegetales deben estar acompañados por un certificado fitosanitario (véase la parte B del anexo V de la Directiva 2000/29/EC, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32000L0029:en:NOT>). Es obligatorio que dichas plantas y vegetales se sometan a revisiones de sanidad vegetal, identidad y controles documentarios. Los importadores de estos productos deben registrarse obligatoriamente ante las autoridades responsables del Estado Miembro correspondiente.

Requisitos de salubridad para alimentos:

- Las obligaciones de los **procesadores de alimentos en terceros países** incluyen: la obligación general de monitorear la seguridad de todos los productos y procesos alimenticios bajo su responsabilidad; realizar previsiones generales de higiene para productos primarios (materias primas); implementar requisitos minuciosos de higiene en el procesamiento de estas materias primas; en algunos casos, implementar requisitos de tipo microbiológico; cumplir con los procedimientos y los procesos con base en los principios HACCP y registrar los establecimientos.

Otros requisitos sanitarios:

- Podrán aplicarse requisitos adicionales de productos específicos de otros grupos en relación con: contaminantes; niveles máximos de residuos por pesticidas; la adición de conservantes; materiales en contacto con los productos alimenticios; irradiación de los alimentos; comidas novedosas; radioactividad; alimentos congelados; productos alimenticios o derivados con propósitos nutricionales específicos; y organismos genéticamente modificados.

Requisitos de sanidad vegetal:

- Ciertas plantas y productos vegetales deberán cumplir obligatoriamente con los requisitos fitosanitarios.

Niveles incrementados de control:

- Con base en algún riesgo ya conocido o emergente, la Comunidad Europea podrá emitir una lista de productos alimenticios de origen no animal que deberán someterse a niveles mayores de control oficial. En tal caso, se establecen puntos de entrada específicos y los operadores de alimentos están obligados a notificar por anticipado el arribo de estos productos.

3. Productos compuestos:

Requisitos de salubridad:

- Todos los **requisitos básicos de higiene alimenticia** se aplican a este tipo de productos. Para los **procesadores de alimentos en terceros países** estas obligaciones incluyen: la obligación general de monitorear la seguridad de los alimentos y procesos bajo su responsabilidad; implementar las previsiones generales de higiene para materias primas; implementar requisitos minuciosos para procesos sucesivos de producción; en algunos casos, implementar requisitos microbiológicos; realizar sus procesos con base en los principios HACCP; y registrar sus establecimientos;
- Los procesadores de alimentos compuestos deben asegurarse de que: los componentes procesados de origen animal cumplan con los requisitos para productos de origen animal; el tercer país de donde provienen dichos componentes esté incluido en el listado de países aprobados por la Comunidad

Europea; el establecimiento que despachó, obtuvo o preparó el componente se encuentra en una lista autorizada para hacer estas exportaciones a la UE; el operador pueda demostrar lo antes mencionado con la documentación pertinente.

Otros requisitos sanitarios:

- Se podrán aplicar requisitos adicionales de otro grupo de alimentos en relación con: contaminantes; el uso de aditivos alimenticios; irradiación de alimentos; radioactividad; sustancias alimenticias congeladas; productos alimenticios con propósitos alimenticios específicos; y organismos genéticamente modificados (GMOs).

Requisitos de sanidad animal:

- Algunos productos compuestos podrán requerir una inspección en un puesto fronterizo de inspección para verificar si se han cumplido todos los requisitos de sanidad animal.

Requisitos de sanidad vegetal:

- Es poco probable que los productos compuestos sean sujetos a requisitos de sanidad vegetal, al menos que el producto sea categorizado bajo la definición de plantas o productos vegetales.

Más detalles y vínculos a la legislación específica disponibles en el “Guidance Document” en:
http://ec.europa.eu/food/international/trade/interpretation_imports.pdf

Más información sobre los requisitos específicos para su producto por país de origen y país de destino disponible en: <http://exporthelp.europa.eu/thdapp/taxes/MSServlet?languageId=EN&status=null&CFID=2471740&CFTOKEN=62803948&jsessionid=6430d1690e0e4e266ac2&newLanguageId=ES>

Dentro de la UE, existen algunos requisitos específicos para cierto grupo de productos que pueden presentar algún nivel de riesgo, como por ejemplo:

- Máximos niveles residuales de pesticidas (MRLs, por sus siglas en inglés): los MRLs constituyen los niveles máximos de concentración de pesticidas residuales en los productos alimenticios.
- Aditivos alimenticios y saborizantes: solamente aquellos aditivos y sustancias saborizantes que están explícitamente aprobados legalmente podrán ser usados en la UE. Los aditivos aprobados tienen números, precedidos por la letra E, que los identifican. Los aditivos alimenticios deben figurar en la lista de

ingredientes impresa en el empaque, con su nombre y código (E-número). La mayoría de los aditivos solo podrán usarse en cantidades limitadas en ciertos productos alimenticios y solamente si existe una necesidad tecnológica para ello, si no engañan al consumidor y si no presentan riesgo para su salud.

- Requisitos de etiquetado: para garantizar la seguridad del consumidor, existen requisitos para el etiquetado, la presentación y la publicidad de sustancias alimenticias. Véase más adelante, “*Requisitos generales para etiquetar productos alimenticios*”.
- Organismos genéticamente modificados (GMOs, por sus siglas en inglés): los alimentos y forrajes genéticamente modificados son sujetos a una valoración independiente del riesgo por EFSA como paso previo a su autorización, antes de ser puestos en el mercado.
- Otros, véase “Requisitos más importantes para la importación de alimentos de tres grupos amplios”.

A continuación, se enumeran algunos enlaces específicos para grupos de productos:

Condiciones de importación de carne fresca y productos cárnicos en la UE:

http://ec.europa.eu/food/international/trade/im_cond_meat_es.pdf

Condiciones de importación de pescados, mariscos y otros productos pesqueros en la UE:

http://ec.europa.eu/food/international/trade/im_cond_fish_es.pdf

Condiciones de importación de aves y productos avícolas en la UE:

http://ec.europa.eu/food/international/trade/facsheet_poultry_poultry_products_v3.pdf

Directrices para exportar frutas y verduras frescas a la UE:

http://www.cbi.eu/marketinfo/cbi/docs/from_survey_to_success_guidelines_for_exporting_fresh_fruit_and_vegetables_to_the_eu

3.4.3 Etiquetado y embalaje de productos

Tanto para productos alimenticios como para productos no alimenticios, existen requisitos de etiquetado y embalaje en la UE. La mayoría de los requisitos de etiquetado obligatorios afectan a los productos alimenticios.

El objetivo de los requisitos para el etiquetado, la presentación y la publicidad de los **productos alimenticios** es garantizar no sólo la salud del consumidor si no que éste disponga de información completa sobre el contenido y la composición del producto. Los requisitos generales con respecto al etiquetado, la presentación y la publicidad de los productos alimenticios están regulados en la Directiva 200/13/CE (<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32000L0013:ES:HTML>).

Resumen de los requisitos generales para el etiquetado de productos alimenticios:

- Nombre bajo el cual se vende el producto alimenticio.
- Lista de ingredientes, por orden descendente de peso (existen algunas derogaciones).
- Cantidad de ciertos ingredientes o categorías de ingredientes.
- Cantidad neta de pre-envase de los productos alimenticios, expresada en unidades métricas (litro, centilitro, mililitro, kilogramo o gramo).
- Fecha máxima de duración bajo un formato específico.
- Condiciones de almacenaje o de uso.
- Nombre y dirección del fabricante, envasador o vendedor establecido dentro de la UE.
- Datos particulares referentes al lugar de origen o procedencia, ya que la ausencia de tal información podría engañar al consumidor.
- Instrucciones de uso.
- Contenido de alcohol para las bebidas que contengan más de 1,2% de alcohol.
- Un código para identificar el lote al que pertenece el producto alimenticio.
- Tratamientos a los que ha sido sometido el producto, con indicaciones específicas sobre irradiación y comidas congeladas.

Véase <http://www.fas.usda.gov/posthome/useu/label.html>.

Para algunos grupos de productos alimenticios existen requisitos o normas específicas, por ejemplo, para organismos genéticamente modificados (GMOs), alimento para bebés y bebidas alcohólicas.

También existen requisitos de embalaje de los productos alimenticios con el fin de evitar su contaminación (Véase http://europa.eu/legislation_summaries/consumers/product_labelling_and_packaging/index_es.htm).

El objetivo del etiquetado de los productos no alimenticios también es proteger al consumidor y proveer información que garantice la seguridad al utilizar los productos. Los requisitos más importantes son los relacionados al etiquetado CE (véase la Sección 3.4.1 para más información). Además, existen requisitos para grupos de productos específicos, como textiles y calzados (relacionados con normas de origen), productos de riesgo, como las sustancias químicas (véase la Sección 3.5) y productos electrodomésticos (relacionados con el consumo energético, véase la Sección 3.5).

Además de estos requisitos obligatorios aplicables a los productos no alimenticios, también existen varios requisitos voluntarios del mercado como, por ejemplo, una variedad de etiquetas ecológicas (véase la Sección 3.6).

Más información sobre los requisitos de etiquetado y embalaje por tipo de producto, tanto alimenticio como no alimenticio, disponible en: http://europa.eu/legislation_summaries/consumers/product_labelling_and_packaging/index_es.htm

3.5 AMBIENTE

Una mayor concientización sobre la necesidad de cuidar el ambiente ha inducido a los consumidores europeos y a los compradores industriales a interesarse más en adquirir productos y servicios que no dañan el medioambiente. En este momento, la UE tiene los más altos estándares ambientales del mundo. El enfoque primordial es hacia la mitigación del cambio climático, la preservación de la biodiversidad, la prevención de problemas de salubridad a partir de la contaminación y la conservación de los recursos naturales.

A nivel de toda la UE, existen requisitos legales cuyo objetivo es asegurar el desarrollo sostenible con base en el modelo de sociedad imperante de la UE (http://ec.europa.eu/environment/policy_en.htm). Los requisitos legales que afectan directamente a los productos y a los exportadores interesados en exportar a la UE incluyen:

- Medidas obligatorias para reducir el desperdicio de material de empaque y para reutilizar o reciclar dicho material.
- Requisitos relacionados con el uso de ciertas sustancias peligrosas.
- Requisitos para el uso de sustancias químicas.

Estos temas serán abordados a continuación.

Empaque, manejo del desecho

El marco legal de la UE que regula los desechos incluye el ciclo completo de los residuos, desde su generación hasta su eliminación (<http://ec.europa.eu/environment/waste/index.htm>). Con respecto a los desechos de empaque, existe una directiva específica denominada Directiva 94/62/EC sobre empaque y desechos de empaque (la versión vigente es la reformada por la Directiva 2004/12/EC), cuyo objetivo es reducir los volúmenes totales de empaque, prevenir la formación de desechos nuevos e incentivar la instalación de sistemas de reciclaje. La Directiva cubre todo el empaque puesto en el mercado de la UE, incluido aquel proveniente de exportadores fuera de la UE.

La Directiva exige que los Estados Miembros introduzcan sistemas para el retorno y recolección del empaque usado. También establece algunos requisitos esenciales que el empaque debe cumplir para que un producto pueda ser vendido en el mercado de la UE. Éstos incluyen:

- Los niveles de concentración de metales pesados (plomo, cadmio, mercurio y cromo hexavalente) en materiales de empaque no pueden exceder ciertos umbrales.
- La obligación de manufacturar el empaque a los niveles mínimos necesarios para garantizar la seguridad y la salubridad, a fin de minimizar la presencia de sustancias peligrosas y nocivas.

- La obligación del fabricante de proveer material de empaque que sea reciclable, por ejemplo, bajo condiciones predecibles y normales de uso; el empaque debe permitir un número de rotaciones o ciclos.
- La obligación del fabricante de proveer material de empaque que permita el reciclaje de cierto porcentaje (del peso).

La implementación de esta Directiva puede adoptar formas diferentes en diversos Estados Miembros de la UE. Uno de los mejores y más conocidos programas de manejo de residuos (regulado por esta Directiva) es el “*Grüne Punkt*” o sistema “*Green Dot*” (“Punto Verde”). Este esquema se ha extendido a muchos Estados Miembros de la UE.

Punto Verde

El programa Punto Verde tiene sus orígenes en Alemania. Actualmente, el sistema Punto Verde se aplica en casi todos los países de la UE y es administrado por la “Organización Europea de Recuperación de Empaques” (PRO EUROPE’, <http://www.pro-e.org/index.html>).

PRO EUROPE le otorga la marca Punto Verde a sistemas nacionales de recolección y recuperación de desechos dentro de la UE. Algunos países como el Reino Unido, Italia, Holanda y Finlandia tienen su propio sistema de recolección y recuperación de empaques. Bajo este sistema de tipo dual, ellos comparten su experiencia y su enfoque con el sistema Punto Verde.



En el sistema Punto Verde, tanto el comercio como los productores industriales de desechos de empaque están obligados a recibir material de empaque devuelto para ser posteriormente reutilizado o reciclado. Esta regulación también es aplicable a productos importados. Las empresas extranjeras tienen que cumplir con estas regulaciones al igual que las empresas europeas. El Punto Verde se ha convertido en un símbolo europeo del sistema de reutilización y reciclaje, y asegura a los consumidores que el material de empaque puede ser reutilizado o reciclado y que la destrucción/reciclaje del empaque está siendo financiada/o por las partes involucradas. El uso del Punto Verde no se le permitirá a un mayorista, importador o fabricante que se rehúse a recibir el empaque devuelto. Además de las consecuencias legales que ello conlleva, el consumidor lo consideraría ambientalmente irresponsable, lo que podría ocasionar un desajuste en el comportamiento de compra por parte del consumidor.

Sustancias peligrosas y equipo electrónico

La Directiva Europea de Restricción a las Sustancias Peligrosas (Directiva 2002/95/EC, usualmente referida como RoHS, por sus siglas en inglés) restringe el uso de seis materiales peligrosos en productos electrónicos: plomo, mercurio, cadmio, cromo hexavalente y sustancias resistentes al fuego, PBB y PBDE. Las categorías de productos a las cuales se aplica la RoHS son electrodomésticos grandes y pequeños, equipos de tecnología de la información, equipos de telecomunicaciones, equipos del consumidor, equipos para iluminación, juguetes, equipos recreativos y deportivos, dispositivos médicos, instrumentos de control y monitoreo, y dispensadores automáticos. La RoHS se aplica a estos productos independientemente de si son fabricados en la UE o importados por la UE. En el caso de las baterías, rige una Directiva separada que establece los requisitos para sus componentes y su reciclaje.

La Directiva para Residuos y Equipos Electrónicos (2002/96/EC, usualmente referida como RAEE o WEEE, por sus siglas en inglés) está muy relacionada con la Directiva RoHS y establece objetivos para la recolección, el reciclaje y la recuperación de implementos eléctricos para evitar la generación de residuos eléctricos tóxicos en grandes cantidades. La RAEE responsabiliza de la destrucción de desechos de equipos eléctricos y electrónicos a los fabricantes de dichos equipos. Una compañía que vende estos equipos en la UE debe, paralelamente, establecer la infraestructura apropiada para recolectar sus desechos de tal forma que “las personas que utilicen equipos eléctricos y electrónicos en hogares privados puedan tener la posibilidad de regresar los residuos de estos productos al menos libre de costo”. Las compañías están obligadas a manejar estos desechos evitando dañar el medioambiente, a través de medios ecológicos o del reciclaje. Para los exportadores, esto significa que si colocan estos productos eléctricos en el mercado de la UE (vendiéndolos al consumidor), estarán obligados a cumplir con estos requisitos, instalando un mecanismo de recolección de desechos eléctricos o electrónicos.

Químicos

Recientemente, la UE adoptó nuevos requisitos legales en el campo de los químicos mediante la Regulación sobre el Registro, Evaluación, Autorización y Restricción de Químicos (REACH, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:396:0001:0852:ES:PDF>). Dicha regulación ha sido descrita como la legislación más compleja en la historia de la UE.

REACH rige la producción y el uso de sustancias químicas en la UE y exige a los fabricantes o importadores de sustancias químicas de la UE que registren ante la Agencia Europea de Sustancias y Preparados Químicos (ECHA, http://echa.europa.eu/home_es.asp), las sustancias químicas que contienen sus productos. Al hacerlo, los fabricantes o importadores tienen la obligación de recopilar información sobre las propiedades químicas de estas sustancias y las medidas necesarias a adoptar para garantizar la seguridad del uso de esos químicos. Esta información es pública y está disponible. El uso de sustancias de la categoría de mayor peligro (“sustancias altamente preocupantes” o SVHC, por sus siglas en inglés) será eliminado o dichas sustancias serán eventualmente sustituidas.

REACH se complementa con nuevos requisitos legales en relación con la clasificación, el etiquetado y el empaque de sustancias químicas y sus mezclas (Regulación CLP, por sus siglas en inglés). Esta regulación exige a los fabricantes o importadores que clasifiquen, etiqueten y empaquen sus químicos peligrosos en forma apropiada. El criterio de clasificación y los estándares de etiquetado se corresponden con los de las Naciones Unidas en virtud del Sistema Globalmente Armonizado de Clasificación y Etiquetado de Productos Químicos (GHS, http://www.unece.org/trans/danger/publi/ghs/ghs_welcome_e.html).

Más información práctica sobre la REACH disponible en: http://ec.europa.eu/environment/chemicals/reach/pdf/2007_02_reach_in_brief.pdf o en http://guidance.echa.europa.eu/guidance3_en.htm

3.6 REQUISITOS VOLUNTARIOS DEL MERCADO

3.6.1 Normas de calidad

Los estándares de manejo de la calidad se refieren al nivel de calidad de las prácticas de manejo de la empresa. Tales estándares de manejo de la calidad no son obligatorios para tener acceso al mercado de la UE, aunque en varios sectores constituyen un requisito de la industria y son, cada vez más, una condición para la elegibilidad de una empresa en los procesos de adquisición del público. En general, ofrecen una oportunidad para que una empresa revalorice su imagen en el mercado.

Los más utilizados y reconocidos estándares de manejo de la calidad son los “sistemas de manejo genéricos” diseñados por la Organización Internacional de Estandarización (ISO), conocido como el estándar ISO 9001:2000 (actualmente se transfieren al ISO 9001:2008).



El ISO 9001:2008 establece los requisitos para un sistema de manejo de la calidad en una organización. Este marco de referencia puede aplicarse a cualquier tipo de empresa. Una empresa certificada debe tener un gerente de calidad interno que sea responsable de la política de calidad, procedimientos, implementación, monitoreo y consecuente documentación. Además exige auditorías internas y externas en forma regular. Véase: http://www.iso.org/iso/iso_catalogue/management_standards/iso_9000_iso_14000.htm

Los exportadores de países en desarrollo certificados con el estándar ISO tendrán ventaja para atraer clientes potenciales en la UE. En un mercado tan competitivo como el de la UE, los consumidores gozan del lujo de poder escoger entre varios proveedores, de ahí que una certificación ISO podría convertirse en un elemento decisivo en el proceso de selección. No obstante, para certificarse con el estándar ISO, una empresa requiere del compromiso firme y completo de toda la organización, ya que precisará de recursos humanos y financieros, y es una certificación que requiere de ciertos procedimientos y de papeleo (registros).

En general, los estándares ISO pueden ser una fuente importante para que los exportadores de países en desarrollo desarrollen ciertas habilidades, lo que contribuiría a elevar sus capacidades para exportar y competir en los mercados globales. Debido a sus escasos recursos, puede ser difícil para los exportadores de países en desarrollo participar en las normas ISO. Para ayudar a que estos exportadores de países en desarrollo obtengan los mayores beneficios de la estandarización internacional, ISO cuenta con un programa específico para países en desarrollo, por ejemplo, para proveer servicios de entrenamiento y asistencia técnica. Véase: http://www.iso.org/iso/resources/developing_countries.htm.

3.6.2 Requisitos voluntarios del mercado: área de salubridad y seguridad

Además de los requisitos legales de carácter obligatorio para productos alimenticios y manufacturados, existe también un rango de requisitos de carácter voluntario en el área de salubridad y seguridad. El cumplir con este tipo de requisitos resultaría en una ventaja para ganar

acceso al mercado. Algunos ejemplos importantes se presentan a continuación, por ejemplo, en el área de comercio justo y agricultura orgánica.

Fair Trade – Comercio justo

Existen varios sellos en el ámbito del comercio justo; el más conocido es la “*Marca Internacional de Certificación Justa*” o “*International Fair Trade Certification Mark*”. El objetivo general principal de los movimientos de comercio justo es promover una forma de comercio basado en una relación voluntaria y justa, especialmente entre países en desarrollo y países desarrollados. El comercio justo promueve que los productores de países en desarrollo obtengan precios y condiciones de comercio razonables y que el comercio se realice con base en estándares sociales y medio-ambientales. Los productos principales en los que se centra la marca incluyen café, cacao, azúcar, té, plátanos, miel, algodón, vino, frutas frescas, chocolate y flores. Para más información sobre los criterios establecidos y para obtener la marca, véase: <http://www.fairtrade.net/361.html?&L=1>



Agricultura orgánica:

El aumento del nivel de concientización del consumidor en relación con temas de seguridad alimentaria y medioambiente ha provocado un incremento en la demanda de productos alimenticios producidos orgánicamente. La agricultura orgánica se ha desarrollado hasta convertirse en uno de los sectores agrícolas más dinámicos de la UE. En el año 2002, la UE estableció un logo especial para identificar productos alimenticios producidos en forma orgánica que indica que dichos productos fueron sometidos al proceso de inspección de la UE. Su propósito es acentuar la credibilidad de los productos orgánicos (provenientes de la UE y de terceros países fuera de la UE) en los consumidores e identificar con claridad tales productos en el mercado. Los productores lo utilizan voluntariamente cuando sus productos reúnen las condiciones requeridas. La UE también ha otorgado a varias organizaciones nacionales la potestad de certificar la producción orgánica.



En el año 2009, entró en vigencia una nueva legislación de la UE relativa a los productos orgánicos que estableció el marco referencial para la producción, la distribución, el control y el etiquetado de productos orgánicos que pueden ser ofrecidos y comercializados en la UE. Antes de que un producto orgánico pueda ser exportado bajo esta categoría, debe aplicarse un procedimiento que garantice la equivalencia de las normas sobre agricultura orgánica del tercer país con las de la UE. Según la nueva legislación, esto podrá hacerlo una entidad aprobada por la UE para realizar el control e inspección en el sitio de producción.

Véase: http://ec.europa.eu/agriculture/organic/organic-farming_es

Buenas Prácticas Agrícolas – GLOBALGAP:

GLOBALGAP ha desarrollado estándares privados como respuesta a la preocupación del consumidor por el impacto de la agricultura en relación con la seguridad alimentaria y la conservación del medioambiente. GLOBALGAP (anteriormente EUREPGAP, una entidad formada por las organizaciones más importantes de empresas minoristas de Europa) es una entidad del sector privado que desarrolla estándares voluntarios para la certificación de productos agrícolas a nivel mundial. El estándar para Buenas Prácticas Agrícolas (GAP, por sus siglas en inglés) cubre todos los insumos agrícolas, los procesos de producción y el producto final.

Debido a que la seguridad alimentaria se ha convertido en una prioridad para muchos empresarios minoristas y organizaciones de productores en respuesta a la demanda del consumidor, los exportadores de países en desarrollo que buscan proveer a las cadenas de supermercados de la UE, se verán obligados – cada vez más – a comprobar que sus productos se han producido con base en los GLOBALGAP o con estándares similares. La certificación GLOBALGAP se encuentra disponible mundialmente y se obtiene a través de entidades certificadoras acreditadas.

Véase: http://www.globalgap.org/cms/front_content.php?idcat=9

3.6.3 Requisitos voluntarios del mercado: área ambiental

Además de los requisitos legales relacionados con el medioambiente, el aumento de la concientización del consumidor y la demanda del mercado por productos que no dañan el medioambiente han derivado en diversos requisitos voluntarios del mercado, tanto a nivel empresa como a nivel producto.

Más información disponible en la Guía práctica de la FAO, “¿Es la certificación algo para mí?”, en: ftp://ftp.fao.org/paia/organicag/Guia_certificacion_ruta.pdf

A nivel empresa: sistemas ambientales de manejo

Los estándares de manejo ambientales brindan una oportunidad para que los fabricantes o exportadores puedan demostrar que sus procesos internos están siendo implementados en forma responsable para con el medioambiente. En consecuencia, varias empresas se adhieren a sistemas de manejo ambientales.

La Organización Internacional de Estandarización (ISO) ha desarrollado una serie de estándares internacionales para los sistemas de manejo ambientales, conocidos como la serie EN/ISO



14001. Las empresas que se adhieren a estos estándares pueden certificarse ante una autoridad certificadora externa.

Características del estándar para manejo ambiental del ISO 14001:

- La certificación es de carácter voluntario.
- El estándar se centra sobre qué hacer, no cómo hacerlo.
- Es necesario formular una política ambiental.
- Se debe capacitar al personal sobre temas de manejo ambiental.
- El plan, las responsabilidades y los procedimientos deben documentarse.
- Deben establecerse medidas de control y correctivas, así como mecanismos de acción preventiva.
- Se requieren auditorías internas y externas.
- Se requiere una revisión periódica del plan.
- La certificación la otorga una entidad autorizada.

Véase: http://www.iso.org/iso/iso_catalogue/management_standards/iso_9000_iso_14000.htm

A nivel producto: general

En la Unión Europea, los esquemas de etiquetado ecológico existen tanto a nivel nacional del Estado Miembro como a nivel de la Comunidad. La etiqueta ecológica “flor” de la UE fue establecida como símbolo de un esquema de certificación voluntario y uniforme para productos de la UE (también aplicable a productos importados por la UE). El etiquetado ecológico de la UE se otorga a productos y servicios con impactos ambientales reducidos. Los grupos de productos que se incluyen actualmente en el esquema de etiquetado ecológico son: limpieza, ropa, “hágalo usted mismo”, equipos electrónicos, jardinería, electrodomésticos, lubricantes, otros objetos del hogar, papel, muebles y servicios.



El criterio del etiquetado ecológico se relaciona con el impacto que causa el producto o servicio al medioambiente en cada parte de su ciclo de vida e incluye criterios de comportamiento (*performance*) y, entre otros, consumo de energía, producción de residuos, manejo forestal sostenible y contaminación acústica, del agua, del aire y del suelo. El costo de fijar una etiqueta ecológica de la UE (cuando se cumplen los requisitos) es una cuota inicial de

aplicación (entre € 300 y € 1 300) y una cuota anual del 0,15% del volumen anual de ventas del producto en la UE. Los fabricantes o exportadores de países en desarrollo tienen derecho a una reducción del 25% de los costos. Véase: <http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/> o el “Help Desk” en http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/contacts/helpdesk_en.htm.

Además del etiquetado ecológico a nivel de la UE, todavía se utilizan varias etiquetas ecológicas nacionales. Muchas veces, se exhibe en el producto tanto la etiqueta nacional como la de la UE. Las etiquetas nacionales también se basan, generalmente, en la evaluación de los ciclos de vida completos y se aplican a una amplia gama de productos. *Más información disponible en* http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/useful_links/other_ecolabels_en.htm

A nivel producto: específico

Además del etiquetado ecológico, existen etiquetas ambientales específicas para ciertos grupos de productos como los forestales, pesqueros, florícolas y textiles. A continuación, se mencionan los ejemplos más reconocidos (*Véase: Etiquetas específicas para productos*).

Determinar si una etiqueta, ya sea de la UE, nacional o de un producto (grupo) específico, es absolutamente necesaria para exportar un producto exitosamente hacia el mercado de la UE o si constituye simplemente una forma de promocionarlo dependerá del producto y de los consumidores en el mercado nicho. Una buena fuente para evaluar la importancia de fijar una etiqueta voluntaria a un producto de exportación es la organización del sector a nivel nacional o de la UE de su producto específico.

Etiquetas específicas para productos

- **Forestal:** el certificado emitido por el Consejo de Administración Forestal (*Forest Stewardship Council, FSC*) es el certificado del sector forestal más distinguido y reconocido internacionalmente. Este certificado representa la producción y el consumo de productos forestales con responsabilidad social y ambiental. En Centroamérica, el FSC está representado en Honduras (FSC Honduras, Consejo Hondureño para la Certificación Voluntaria CH-C) y en Nicaragua (Consejo Nicaragüense para la Certificación Forestal Voluntaria, CONICEFV). *Más*

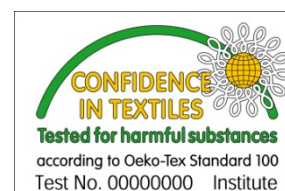


información sobre los cinco pasos que deben realizarse para obtener la certificación FSC disponible en <http://www.fsc.org/5-steps-certification.html>.

- **Pesca:** el Consejo de Supervisión Marítima (*Maritime Stewardship Council, MSC*) define los estándares y un programa de etiquetado ecológico para pescaderías y mariscos sostenibles. Existe un esquema de etiquetado para el sector de pesca así como también para cadenas de negocios proveedoras de mariscos. Los principios fundamentales son la sostenibilidad de la semilla, la minimización del impacto ambiental y el manejo efectivo. *Más información disponible en* <http://www.msc.org/es>.



- **Textiles:** la organización *Confidence in Textiles* maneja un esquema de prueba y acreditación para productos textiles. El llamado “estándar Oeko-Tex” detecta la presencia de sustancias dañinas para los consumidores en los productos textiles. Existen también requisitos específicos por clase de producto que dependen, por ejemplo, de la frecuencia de roce del textil con la piel. *Más información sobre los términos de certificación disponible en* http://www.oeko-tex.com/OekoTex100_PUBLIC/index.asp?cls=05.



3.7 RECOMENDACIONES Y CONSEJOS

Qué hacer	Qué no hacer
• Conseguir toda la información posible sobre términos de pago para la exportación en su banco local para saber cuáles son las posibilidades que existen en su país para que su importador le pague. • Intentar conseguir asesores, como contadores personales o abogados, que le ayuden a identificar la mejor forma de pago por parte de sus clientes y a revisar el contrato a firmar con el cliente. • Asegurarse de que existen posibilidades de	• Comprometer más volumen del que puede realmente ofrecer. Entre más realista y confiable sea su oferta y su trato con el cliente, más larga será su relación con él. • Firmar un contrato sin leer las “letras pequeñas”; es decir, debe entender toda la terminología y las abreviaturas.

Qué hacer	Qué no hacer
financiar la producción, el procesamiento y el proceso de exportación. • Investigar a sus compradores o aliados de mercado antes de realizar cualquier acuerdo, si no los conoce bien; preguntar a su banco local sobre las posibilidades de certificar la operación de exportación utilizando herramientas como la carta de crédito u otras formas de pago disponibles en su país. • Celebrar acuerdos de pago y de adjudicación de responsabilidades (INCOTERMS) en cada etapa del proceso de exportación antes de elaborar el contrato; es necesario que comprenda bien todo y que sea consciente de los compromisos que está asumiendo y de si puede realizarlos. • Acercarse a asociaciones de exportadores en su país o a oficinas y representantes de programas de comercio internacionales para obtener asesoría en la elaboración del contrato. Muchas oficinas como las Cámaras de Comercio tienen programas para ayudar a las empresas en el trato con los clientes. • Investigar todas las normas legislativas necesarias para llegar al mercado de la UE que ha seleccionado, información se encuentra disponible en Internet (ver páginas web sugeridas).	
Recomendaciones (de Organizaciones de apoyo en Centroamérica)	
• “Los exportadores necesitan familiarizarse con el mercado y sus requerimientos, existe disponible en nuestros países mucha ayuda de organismos internacionales y cooperantes para apoyar a los exportadores, esta ayuda es muchas veces gratuita y las empresas centroamericanas deben aprovecharla” (Cámara de Exportadores, CADEXCO, Costa Rica). • “Si el producto cumple con los requisitos básicos, se debe identificar una contraparte comercial o posibles compradores directos, y apoyarse en las organizaciones de soporte para que le puedan proveer con información, asesorías y contactos, antes, durante y después de la exportación. El programa “Honduras Sí Exporta” de FIDE brinda este tipo de asesorías a los exportadores” (FIDE Inversión y Exportaciones, Honduras)	

Sitios Web de interés y su descripción

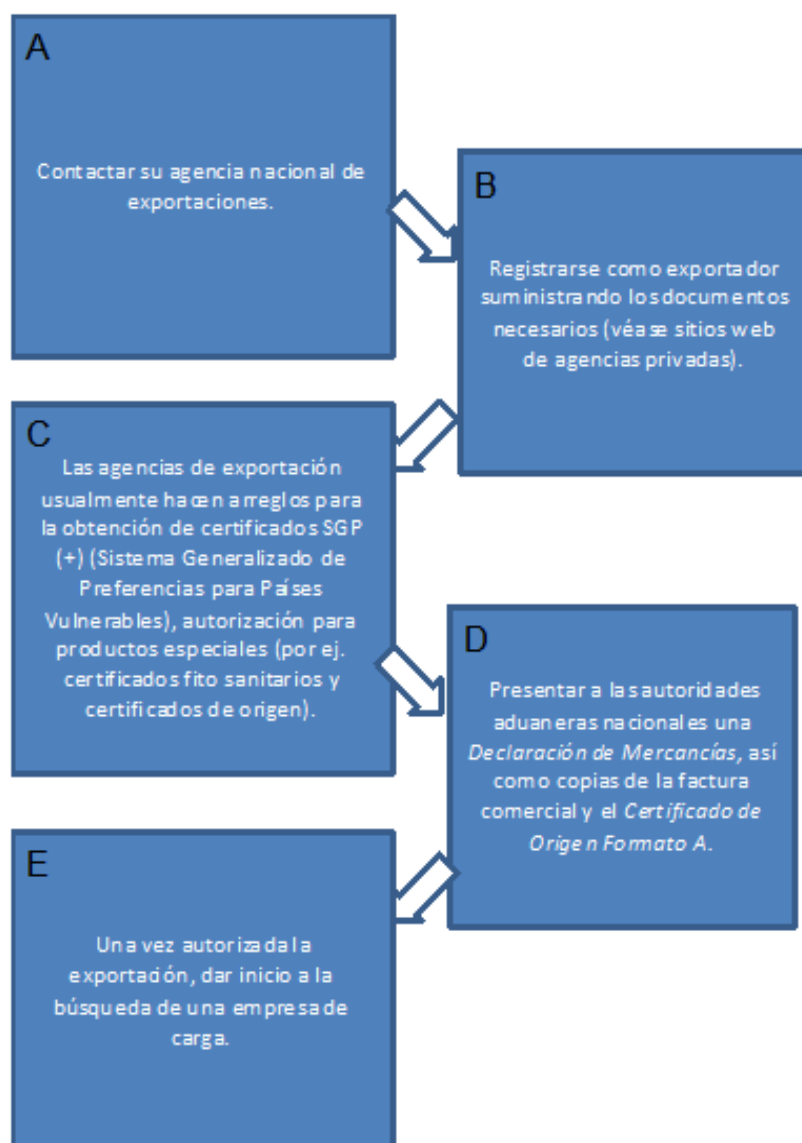
Páginas web de interés	¿Qué encontrará aquí?	Recomendaciones para la página
www.globalgap.org	Información disponible sobre la norma Globalgap (antes Eurepgap, estándares integrados para aplicación en diferentes tipos de productos). Brinda información sobre seguridad alimentaria y estándares para alcanzar buenas prácticas.	- No necesita registrarse para bajar todos los documentos disponibles en la sección de estándares. - La página tiene una versión en español; algunos documentos también se encuentran en español, pero otros solamente están disponibles en inglés. - La aplicación de esta norma en su empresa depende de su estrategia y requerimientos de mercado para su producto, pero contiene información valiosa que puede ayudar a su empresa a posicionarse de acuerdo a los requerimientos del mercado y del consumidor (especialmente sobre seguridad alimentaria).
http://ec.europa.eu/food/food/biosafety/establishments/third_country/index_es.htm http://ec.europa.eu/food/animal/bips/bips_contact_en.htm	Lista de establecimientos aprobados en terceros países (para alimentos de origen animal) y de los puntos de control en la UE.	Busque establecimientos aprobados por sector o por país.
http://europa.eu/legislation_summaries/consumers/product_labelling_and_packaging/index_es.htm	Información sobre etiquetado y embalaje de los productos (alimenticios y no alimenticios).	Esta página general lo lleva a la página con información relevante para su producto específico.
http://www.fas.usda.gov/po/home/useu/label.html	Información sobre requisitos de etiquetado para productos alimenticios.	- Encuentre requisitos de etiquetado específicos por tipo de producto. - Desafortunadamente, la página no está disponible en español.
http://ec.europa.eu/ecip/model_transactions/import/import_scenario/index_en.htm	Información esquemática sobre el proceso de importación paso por paso.	Visite esta página antes de empezar el proceso de exportación para entender mejor el proceso completo.

Páginas web de interés	¿Qué encontrará aquí?	Recomendaciones para la página
http://www.brc.org.uk	Información sobre empaque, embalaje y etiquetado. La Asociación de Empresarios Minoristas Británicos (BRC, por sus siglas en inglés), es la asociación líder de minoristas en el Reino Unido.	- Vaya a la sección “BRC’s Global Standars” (Estándares Generales) y encuentre información sobre seguridad alimentaria y estándares para empaque y embalaje de sus productos, así como materiales de empaque. - Desafortunadamente, la página no está disponible en español, tendrá que utilizar un traductor en línea.
http://ec.europa.eu/food/food/foodlaw/traceability/index_en.htm	Información sobre regulaciones en seguridad alimentaria, la ley general de alimentos, trazabilidad, seguridad química y biológica, etc.	- Puede bajar cada capítulo de las leyes en español haciendo clic al lado del documento sobre la palabra “Es”. - Diríjase a “Consumer Affairs” (Asuntos del Consumidor) y encuentre requerimientos legales para un sector específico desde el punto de vista del consumidor.
http://www.eib.org/about/news/the-intermediary-banks-and-financing-institutions-for-credit-lines.htm?lang=en	Información sobre bancos y entidades financieras intermediarios en la UE	Haga clic en el nombre del país en cuestión para ver una lista de los bancos y otras instituciones financieras intermediarias en ese país.
http://www.intracen.org/menus/countries-s.htm	Información sobre instituciones financieras en varios países que brindan apoyo en el comercio internacional.	- Haga clic en “Redes de contactos comerciales”. - Haga clic en “FINDATA - Export Credit Finance Directory”. - Seleccione el país correspondiente, el producto financiero relevante y el tipo de institución, y haga clic en "Start Search". Aparece una lista de las instituciones.

4. ETAPA 4: AUTORIZACIÓN PARA EXPORTAR

Esta sección busca esquematizar la documentación y los trámites aduaneros necesarios para exportar a la UE y, asimismo, explica cuáles son los requisitos para ingresar en el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) y SGP+. También brinda información sobre los trámites de exportación y las instituciones de apoyo a las exportaciones en cada uno de los países de Centroamérica y Panamá.

Figura 4.1
Autorización para exportar



Explicación de la Figura 4.1:

La etapa 4 describe cómo obtener una autorización para exportar.

- A. Lo más recomendable es ponerse en contacto con su agencia nacional de exportación. Los detalles para establecer el contacto se podrán encontrar en este capítulo.
- B. Debe registrar a su empresa como exportadora en la agencia de exportación.
- C. Discuta con la agencia de exportación qué documentos podrán suministrarle.
- D. Deberán presentarse los documentos de exportación en las aduanas.
- E. Una vez que haya recibido su aprobación y haya sido autorizado para exportar, se harán los arreglos de transporte. Es preferible hacer esto en forma anticipada para obtener una idea sobre el costo, poder negociar este precio con la agencia de transporte y planificar el transporte de los bienes.

4.1 DOCUMENTACIÓN Y PROCEDIMIENTOS ADUANEROS

La ley que regula los documentos y los trámites aduaneros en la UE es la Regulación del Consejo (CEE) No. 2913/92 y sus reformas. Esta regulación se conoce como Código Aduanero Comunitario (CAC) y establece las reglas y los procedimientos para el comercio de bienes entre Estados Miembros de la UE y terceros países. Los exportadores deben mantenerse informados sobre las actualizaciones y la evolución de esta regulación.

Más información sobre el CAC disponible en <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31992R2913:ES:HTML> y http://europa.eu/legislation_summaries/other/111010_es.htm.

4.1.1 Procedimientos

Antes de exportar mercancías a la UE, un exportador debe solicitar un “número de registro e identificación de los operadores económicos” (EORI, por sus siglas en inglés). Este número de EORI es necesario para presentar una declaración aduanera. El número sólo se asigna una vez y se debe utilizar para cada exportación posterior. *Más información sobre cómo solicitar un número de EORI disponible en: http://ec.europa.eu/taxation_customs/resources/documents/customs/security_amendment/EORI_guidelines_es.pdf.*

Una vez que se ha recibido el número de EORI y los bienes entran en el territorio de la UE, un representante en la UE (por ejemplo, el importador) debe presentar los bienes y la documentación apropiada a las autoridades aduaneras. Asimismo, el representante debe entregar una Declaración Sumaria de Entrada (ENS, por sus siglas en inglés) sobre el contenido de los bienes, el consignatario y el peso, etc. La declaración se presenta por medio del Sistema de

Control de Importaciones (ICS, por sus siglas en inglés)¹¹ 24 horas antes de llegar a la UE si se utiliza transporte marítimo y cuatro horas antes si se utiliza transporte aéreo. *Más información sobre cómo presentar la declaración disponible en:* http://akamaiprueba.agenciatributaria.info/AEAT/Aduanas/Contenidos_Privados/Procedimientos_aduaneros/Proyecto_ICS/Descripcion_tecnica_del_proyecto/ICSAg_1.1.pdf.

Con base en esta declaración, las autoridades aduaneras de la Unión Europea le asignan un trámite a los bienes y un código de procedimientos aduaneros (CPC, por sus siglas en inglés) a las mercancías. El código muestra el procedimiento que se ha asignado. Existen ocho procedimientos en la CAC:

- Despacho para libre circulación.
- Tránsito.
- Bodegaje en aduana.
- Procesamiento interno.
- Procesamiento bajo control aduanero.
- Importación temporal.
- Procesamiento en el exterior y
- Exportación.

Cada uno de ellos se describe en detalle a continuación:

Despacho para libre circulación

Las mercancías que entren en el territorio aduanero de la UE desde un país ajeno a ella (por ejemplo: Centroamérica o Panamá) se conocen como “mercancías no comunitarias”. Antes de que estos productos puedan ser comercializados en la UE, deberán ser convertidos en “mercancías comunitarias”. Ello ocurre cuando las mercancías se despachan a libre circulación. Durante este proceso, las autoridades aduaneras aplican y cobran los aranceles e impuestos.

¹¹ Dado que la ley sobre la Declaración Sumaria de Entrada ha sido introducida recientemente (julio de 2009), el período de transición durará hasta diciembre de 2010. Luego de este período, la presentación de la ENS será obligatoria.

Alguien con permanencia en la UE (el representante) debe realizar este trámite – por ejemplo, el importador.

Tránsito

Cuando los bienes deban desplazarse entre dos puntos de la UE, se aplica este trámite. La aplicación de aranceles se realiza en el destino final. Los bienes que entren en la UE desde Centroamérica o Panamá, serán sometidos al procedimiento de Tránsito Comunitario. Este procedimiento se efectúa utilizando un **Certificado T1** que incluye una declaración de que los bienes procedentes de fuera se desplazan entre dos locaciones de la UE. Este documento se obtiene utilizando el Nuevo Sistema de Tránsito Computarizado (NCTS, por sus siglas en inglés). Cada Estado Miembro tiene su propio sistema de procesamiento de NCTS que se conecta y se centraliza en Bruselas. Las autoridades aduaneras en cada Estado Miembro pueden respaldar a los exportadores con más información sobre su propio sistema de tránsito (por ejemplo, en el Reino Unido se denomina “*Minimal Common Core*” (MCC); en España, “EDIFACT”). Se puede obtener mayor información en la siguiente guía: **Folleto sobre el Tránsito de Bienes** (disponible en http://ec.europa.eu/taxation_customs/resources/documents/customs/procedural_aspects/transit/tir/transit_manuel_tir_es.pdf).

Bodegaje en aduana

El bodegaje en aduana es el procedimiento que permite que los bienes sean embodegados en un almacén aduanero hasta que el propietario de los bienes esté preparado para pagar los aranceles. Este proceso se utiliza cuando el importador quiere posponer el pago de aranceles a bienes no perecederos o posponer la aplicación de medidas políticas. También se utiliza para: almacenar productos antes de re-exportarlos; procesar bienes antes de venderlos; o guardar bienes bajo el procedimiento de procesamiento interno (que se describe a continuación). Los bienes se pueden almacenar en una bodega aduanera (pública) o en una bodega privada. Los gastos de almacenamiento varían según el almacén y deben ser acordados durante el proceso inicial de autorización. Las mercancías se pueden almacenar durante tanto tiempo como sea necesario, previa autorización. Para obtener autorización, se debe llenar el formulario incluido en el Anexo 67 del Código Comunitario para la Implementación de Previsiones Aduaneras (véase: http://europa.eu/legislation_summaries/customs/l11010b_es.htm). Este procedimiento es responsabilidad del importador.

Procesamiento interno

El objetivo de este trámite es la importación de materias primas y bienes parcialmente procesados desde países externos de la UE para ser reprocesados en la UE y **re-exportados fuera de** la UE, sin estar sujetos al pago de impuestos. El proceso puede adoptar dos formas diversas, dependiendo de la forma en que será vendido el producto: el “sistema de suspensión” (los bienes provenientes de terceros países, ajenos a la UE son utilizados sin pago de impuestos) y el “sistema de reembolso” (se permite la libre circulación de los bienes importados y los impuestos son reembolsados cuando los productos terminados son re-exportados).

Procesamiento bajo control aduanero

Este procedimiento es aplicable a materiales importados desde terceros países ajenos a la UE y procesados bajo el control aduanero antes de ser **vendidos dentro de** la UE, sujetos a la imposición del impuesto al *producto terminado*. Este procedimiento se utiliza cuando el arancel aplicable al producto importado es más alto que el aplicable al producto terminado.

Admisión/importación temporal

Este procedimiento se aplica a bienes que son importados a la UE y serán posteriormente re-exportados desde la UE bajo condiciones similares. Esto permite evitar la aplicación de aranceles tanto por importación como por exportación. No obstante, es solamente aplicable a los bienes incluidos en la lista del Código Comunitario para la Implementación de Previsiones Aduaneras.

Procesamiento en el exterior

Este procedimiento involucra la exportación de bienes desde la UE para ser procesados fuera de la UE y luego ser re-importados a la UE bajo la exoneración parcial o total de aranceles.

Exportación

Esto es aplicable sólo a exportadores de la UE e involucra el tránsito de bienes de la UE hacia países no miembros de la UE.

Para más información sobre los impuestos que deben pagarse, véase la Sección 6.2.2.

4.1.2 Documentación

Al pasar por Aduanas, el representante del exportador en la UE (por ejemplo, el importador) deberá presentar una **Declaración de Aduana**. Ésta debe ser acompañada por la documentación apropiada. A continuación, se describen **todos** los documentos que deberán ser completados por el exportador, en cooperación con el importador de la UE.

Para seguir el progreso de sus exportaciones y tránsito, véase: http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds/cgi-bin/ecshome?Lang=ES (exportación) y http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds/cgi-bin/mishome?Lang=ES (tránsito).

Documento Único Administrativo (DUA)

Este formulario puede obtenerse por Internet en el siguiente link: http://exporthelp.europa.eu/update/requirements/ehir_eu10_00v001/eu/auxi/eu_gen_sad_copy8.pdf en inglés; el siguiente enlace <http://www.redbusqueda.com/transporte/docs/Dua.pdf> ofrece un ejemplo en español e instrucciones. El formulario puede completarse a mano y debe presentarse con **ocho copias**; está disponible en inglés únicamente, pero puede llenarse en español, si la autoridad aduanera del Estado Miembro está de acuerdo. Además, algunas autoridades aduaneras han aprobado métodos electrónicos para presentar el formulario. La información que debe incluirse en el formato es la siguiente:

- Información de contacto de las partes involucradas;
- Información sobre los bienes involucrados (el código TARIC – véase la Sección 6.1, unidades de peso);
- País de origen, país exportador y país de destino;
- Información sobre los medios de transporte (véase la Sección 5.2.2);
- Información comercial y financiera (valor de factura, moneda, tasa de cambio);
- Trámite aduanero al que se aplica (liberación para libre circulación, importación temporal, etc.);
- Lista de documentos presentados con el DUA (que se analizan a continuación);
- Forma de pago de los aranceles;

- Solicitud de exoneración del IVA (Impuesto al Valor Agregado): como se esboza en la Sección 6.2, algunos ítems pueden estar exentos de IVA. En ese caso, el exportador debe insertar el código “CPC 40 00 09” en el Cuadro 37 de la DUA y adjuntar la evidencia (véase la Sección “Otros documentos” a continuación).¹²

En la Tabla 4.1, se presentan los formularios más importantes que deberán acompañar el DUA. El anexo “modelos de documentación aduanera” incluye modelos de todos los documentos mencionados.

Tabla 4.1
Documentos presentados con el DUA

Nombre del documento	Descripción
Certificado de origen Formato A	Este certificado funciona como la prueba de origen para solicitar una tarifa preferencial. Véase la Sección 6.1.1 . http://www.dhl-usa.com/tasclient/HandlerServlet?CLIENT=TD_FILE_DLOAD_HANDLER&countryCode=ES&documentid=11
Documentos de transporte	Estos documentos describen el transporte utilizado (véase la Sección 5.2). Para el transporte marítimo, se debe presentar un Conocimiento de Embarque (véase http://www.europasobreruedas.com/diccionario/conocimiento-de-embarque.html); por tren, una Factura Férrea; vía aérea, una Factura Aérea; y por vía terrestre, una Factura Terrestre . Cuando se utilicen varios medios de transporte, se podrá presentar un Conocimiento de Embarque FIATA y para bienes que se hayan transportado parcialmente por tierra, se podrá completar un Carnet TIR que es una abreviatura de “ <i>Transit International Routier</i> ”. El documento sirve para reducir los trámites aduaneros en las fronteras, como la comprobación de los precintos o marchamos de los camiones. Aquellos bienes destinados a una importación temporal deberán acompañarse por un Carnet ATA , un cuaderno que se utiliza para la admisión temporal y re-exportación, exportación temporal y re-importación y tránsito de mercancías. Véase un ejemplo del Carnet TIR en: http://www.unece.org/tir/downloads/tircarnet.pdf y un ejemplo del Carnet ATA en: http://www.dhl-usa.com/tasclient/HandlerServlet?CLIENT=TD_FILE_DLOAD_HANDLER&countryCode=ES&documentid=26 ; así como un folleto sobre el Carnet ATA en: http://www.iccwbo.org/uploadedFiles/ATA/pages/ATA3Espanol170209Esp.pdf .

¹² Adaptado de:
[http://exporthelp.europe.eu/thdapp/taxes/show2Files.jsp?dir=/requirements&reporterId=EU&file1=ehir_eu10_00v001/eu/main/gen_sad_eu_010_0612.htm&reporterlabel1=EU&label=Single+Administrative+Document+\(SAD\)&languageId=en](http://exporthelp.europe.eu/thdapp/taxes/show2Files.jsp?dir=/requirements&reporterId=EU&file1=ehir_eu10_00v001/eu/main/gen_sad_eu_010_0612.htm&reporterlabel1=EU&label=Single+Administrative+Document+(SAD)&languageId=en).

Nombre del documento	Descripción
Factura Comercial	Esta factura debe incluir todos los detalles de la transacción entre el exportador y el importador, y es similar a una factura de venta. Debe incluir: información del exportador e importador, fecha de emisión, número de factura, descripción del producto (calidad, cantidad, unidades, valor), valor total y moneda (más la cantidad convertida a Euros u otra moneda de la UE), términos de pago (fecha de vencimiento y forma de pago) y los medios de transporte utilizados. Véase un modelo de una factura comercial en: http://www.procomer.com/Ingles/images/Vuce/Factura%20comercial.jpg Nota: Si están asegurados los bienes (lo que es recomendable, pero no obligatorio) y la factura no indica el monto pagado para asegurar los bienes, entonces se deberá presentar por separado un formulario de Seguro de Carga . Ver la Sección 5.2.
Lista de empaque	No existe un formato estandarizado; sin embargo, el empresario siempre debe acompañar la factura y la documentación de transporte con una lista del contenido. En dicha lista, el exportador incluirá: información del exportador, importador y compañía de transporte, fecha de emisión, número de factura correspondiente a los bienes, número y tipo de embalaje (por ejemplo: cajón, barriles, cajas), contenido, las medidas y el peso de cada paquete. La lista de contenido puede ser elaborada en cualquier idioma, aunque se recomienda adjuntar una traducción al inglés.
Declaración del valor aduanero	Esta información debe presentarse para bienes cuyo valor exceda los 10,000 Euros y para ello se deberá utilizar el Formato DV 1 (Véase: http://exporthelp.europa.eu/update/requirements/ehir_eu10_00v001/eu/auxi/eu_gen_valuedec_dv1.pdf). Esta información será de utilidad para establecer el valor aduanero de los productos, con la finalidad de que se aplique una tarifa arancelaria inequívoca.
Licencia de importación	Vea la Sección 6.4.2 para más información sobre cómo obtener una licencia de importación.

Otros documentos

Para productos de naturaleza especial o sensible, se exigen documentos adicionales.

Si se solicita un tratamiento arancelario favorable en virtud de la naturaleza especial de los bienes, deberá incluirse un certificado, además del *Certificado de Origen*, confirmándolo.

Algunos productos son sometidos a una inspección para asegurar su calidad; por lo tanto, se deberá presentar un certificado (p. ej.: certificado sanitario que asegure la seguridad alimenticia – véase: http://www.oie.int/ESP/normes/fcode/es_chapitre_1.5.10.htm; certificado veterinario para animales. Véase: http://ec.europa.eu/food/international/trade/guide_thirdcountries2006_es.pdf; certificado fitosanitario para plantas (Véase: http://ec.europa.eu/food/plant/organisms/index_es.htm). Éstos certificados deben ser emitidos por las autoridades aduaneras del país exportador, firmados por un experto calificado del país exportador, y presentados a un experto de la UE en un punto fronterizo de inspección de la UE.

Si algunos productores de la Comunidad Europea se ven amenazados por el nivel de importaciones, la Comisión puede establecer las importaciones de estos productos bajo vigilancia. En este caso, el importador deberá solicitar a la autoridad aduanera del Estado Miembro involucrado un **Documento Comunitario de Vigilancia** (licencia de importación). Para obtener la información de contacto de las

Nombre del documento	Descripción
	autoridades, véase: http://eur-lex.europa.eu/Notice.do?mode=dbl&lng1=es,nl&lang=&lng2=da,de,el,en,es,fi,fr,it,nl,pt,sv.&val=220252:cs&page=&hwords=null. Estos documentos se emiten sin costo alguno, dentro de los cinco días hábiles posteriores a la solicitud y deberán acompañar el DUA. No se requieren acciones adicionales de parte del importador más que la presentación de este formulario; La importación de ciertas especies silvestres (vivas o muertas) para usos comerciales es regulada por las Regulaciones de la UE sobre el Comercio de Vida Silvestre. Las exportaciones de estos animales deberán ser acompañados por un Certificado CITES (Convención de Comercio Internacional de Especies en Peligro de Extinción – conocido por sus siglas en inglés) que podrán solicitarse a la autoridad aduanera del Estado Miembro involucrado. Para mayor información sobre CITES, visite la herramienta de búsqueda de la Información de Comercio de CITES (http://www.cites.es/citesapp/Portada.htm?in=0 o http://www.unep-wcmc.org/isdb/extra/index.cfm) y vea una lista de productos aplicables. (Véase http://www.cites.org/esp/app/appendices.shtml). Puede acceder a un ejemplo del certificado de CITES en el siguiente enlace: http://www.cites.es/NR/rdonlyres/67B243E1-F602-4ABB-B7DA-A768E5E329EB/0/anexoalpermisocertificadosolicitud.pdf. Pueden obtenerse certificados para productos específicos ante las autoridades aduaneras centroamericanas. (Véase la Sección 4.2) Como se esboza en la Sección 6.3.1, si una tarifa arancelaria, por razón del sistema de cuota (un sistema que limita la cantidad que puede ser importada a la UE de un determinado producto), es aplicable a un producto, se deberá presentar una petición para establecer que dichas importaciones continúan beneficiándose de una tasa arancelaria preferencial. Véase la Sección 6.3 para saber cómo acceder a información actualizada sobre los niveles de cuota disponibles. Como se establece en la Sección 6.2.2, si se exporta alcohol o productos relacionados con la energía o el tabaco, debe completarse un formulario adicional para determinar el Impuesto al Consumo. Debido a que cada Estado Miembro establece sus propios procedimientos y tasas tributarias al consumo, este formulario debe obtenerse directamente de las autoridades aduaneras del Estado Miembro involucrado. No obstante, si el producto será posteriormente transportado a otro Estado Miembro para su consumo final, un documento adicional deberá acompañar el documento anterior. Por lo general, este documento será un Documento de Tránsito Interno o un documento TIR (de transporte terrestre internacional) o un Documento de la Convención ATA (Asociación de Transporte Aéreo). Éste se transmite por medios computarizados entre los Estados Miembros. Más información disponible en el sitio web http://exporthelp.europa.eu/thdapp/taxes/show2Files.jsp?dir=/requirements&reporterId1=EU&file1=ehir_eu10_00v001/eu/main/gen_freidoc_eu_010_0612.htm&reporterLabel1=EU&label=Freight+documents&languageId=es); Si se exportan muestras de un producto para exhibirlo o promocionarlo, se podrá solicitar una exención del IVA, presentando pruebas ante las autoridades aduaneras de la UE sobre el uso que tendrá el producto (p. ej.: pruebas sobre la exhibición). A tal efecto, se introducirá el código “CPC 40 00 09” en el Cuadro 37 del DUA.

Cuando se implementan nuevos tratados, los documentos requeridos en virtud de ese tratado específico aparecerán en el sitio web “EU Export Helpdesk” <http://exporthelp.europa.eu/>

display.cfm?page=cd/cd_DocumentacionExigidaConArregloALosRegimenesPreferenciales.html&docType=main&languageId=ES&CFID=2323420&CFTOKEN=64636705&jsessionid=6430fa42f4007a3e4420, que deberán revisarse cuidadosamente antes de presentar documentación aduanera.

4.2 TRÁMITES PARA LA AUTORIZACIÓN DE EXPORTACIONES

Cada país de Centroamérica y también Panamá adoptan un sistema diferente para autorizar las exportaciones destinadas a otros países fuera de la región centroamericana. Esta sección indica los pasos más importantes para gestionar una autorización de exportación en cada uno de los países centroamericanos.

4.2.1 Guatemala

En Guatemala, la entidad responsable de autorizar exportaciones es la Ventanilla Única para las Exportaciones (VUPE) en el Departamento de Servicio al Exportador de la Asociación Gremial de Exportadores de Guatemala (AGEXPORT). AGEXPORT brinda servicios de inscripción para empresas interesadas en exportar y la documentación necesaria para el proceso. Primero, se le asigna un código al exportador y luego debe completarse una **Declaración para Registro y Control de Exportaciones** (DEPREX) para realizar exportaciones fuera de Centroamérica. Los Certificados de Origen (por ejemplo, para obtener las tarifas preferenciales del SGP+) y los Certificados sanitarios pueden solicitarse a la AGEXPORT, que los emite a un costo de 5 quetzales.¹³ El proceso puede realizarse vía Internet por aquellos exportadores que cuenten con el Servicio Electrónico de Autorización de Exportaciones (SEADDEX). El software del SEADDEX debe solicitarse directamente a la VUPE. El proceso para cumplir con los procedimientos requeridos para exportar dura aproximadamente 17 días.¹⁴

¹³ Precio a diciembre del 2009 en: <http://www.export.com.gt/Portal/Home.aspx?secid=559>.

¹⁴ Fuente: <http://espanol.doingbusiness.org/ExploreTopics/TradingAcrossBorders/> consulta enero 2010.

Información de contacto:

Tel.: +502 2422-3535/37/38/48

Fax: +502 2422-3540

Correo electrónico: seadex@agexpront.org.gt

Dirección: 14 Calle 14-30, Zona 13. Ciudad de Guatemala, Guatemala, 01013. Guatemala

Sitio web: <http://www.export.com.gt/Portal/Home.aspx>

Tabla 4.2
Costos de autorización de exportación¹⁵

Tipo de costos	Costo (USD)
Preparación de documentos	267
Despacho aduanero y control técnico	175
Total	342

4.2.2 El Salvador

En El Salvador, la Oficina del Centro de Trámites de Exportación (CENTREX) es la entidad responsable de autorizar las exportaciones. El exportador deberá primero inscribirse en el CENTREX (en forma gratuita) y para ello se requieren varios documentos (http://www.centrex.gob.sv/scx_html/requisitos_registro_exportador.html). En segundo lugar, el CENTREX emite los documentos correspondientes que deben acompañar a cada producto, dependiendo de su naturaleza y destino. La autorización para la exportación de productos especiales se puede solicitar vía Internet o personalmente en las oficinas del CENTREX. Para exportaciones fuera del área centroamericana, se deberá completar una **Declaración de Mercancías** (http://www.centrex.gob.sv/scx_html/modelo_dm.pdf) a un costo de USD 4, más

¹⁵ Fuente: <http://www.doingbusiness.org/exploretopics/tradingacrossborders/Details.aspx?economyid=81> consulta enero 2010.

IVA).¹⁶ Gran parte del proceso puede hacerse a través de Internet, excepto inscribirse como exportador. Una fuente útil de información sobre la exportación de El Salvador (así como de Costa Rica y Panamá) es el SICEX. Este es un portal de Internet con información sobre las exportaciones y las transacciones de comercio exterior (<http://www.sicex.com/?cambiaiidioma=1>). Si se presentan los documentos en forma correcta, todo el proceso podrá completarse en un día hábil. Más información sobre el tiempo y los costos disponible en CENTREX (http://www.centrex.gob.sv/scx_html/guia_tramites.html) y en la guía completa para la autorización de exportaciones (http://www.centrex.gob.sv/scx_html/GUIA%20DE%20TRAMITES%20DE%20EXPORTACION-2009.pdf). El proceso para cumplir con los procedimientos requeridos para exportar dura aproximadamente 14 días.¹⁷

Información de contacto:

Tel.: +503 2281-8087 al 90 y 2281-8131, 8287

Fax: 2281-8086

Correo electrónico: centrex@bcr.gob.sv

Dirección: Edificio del Banco Central de Reserva de El Salvador (BCR), situado sobre la Alameda Juan Pablo II, entre 15ª y 17ª Avenida Norte, San Salvador.

Sitio web: http://www.centrex.gob.sv/scx_html/guia_tramites.html

Tabla 4.3
Costos de autorización de exportación¹⁸

Tipo de costos	Costo (USD)
Preparación de documentos	415
Despacho aduanero y control técnico	75
Total	490

¹⁶ Precio a diciembre del 2009 en: http://www.centrex.gob.sv/scx_html/GUIA%20DE%20TRAMITES%20DE%20EXPORTACION-2009.pdf.

¹⁷ Fuente: <http://espanol.doingbusiness.org/ExploreTopics/TradingAcrossBorders/> consulta enero 2010.

¹⁸ Fuente: <http://www.doingbusiness.org/ExploreTopics/TradingAcrossBorders/Details.aspx?economyid=62> consulta enero 2010.

4.2.3 Honduras

Al igual que El Salvador, Honduras tiene un sistema centralizado para la autorización de exportaciones, también conocido como CENTREX. Varias instituciones conforman el CENTREX [la Secretaría de Agricultura y Ganadería; el Banco Central de Honduras; la Secretaría de Industria y Comercio; la Dirección Ejecutiva de Ingresos y el Organismo Internacional Regional de Sanidad Agropecuaria (OIRSA)]. El proceso para cumplir con los procedimientos requeridos para exportar dura aproximadamente 20 días.¹⁹

Los documentos requeridos varían según cada tipo de producto, pero todos los exportadores deben suministrar a la Ventanilla Única de CENTREX el **Formulario de Declaración de Exportación** completo y autorizado por el Banco Central de Honduras (http://www.bch.hn/download/formularios/declaracion_de_exportacion.pdf), que debe estar acompañado por una copia de la factura comercial y una copia del código del registro tributario (RTN – Registro Tributario Nacional). Para realizar exportaciones hacia la UE, puede solicitarse a la Asociación Nacional de Industriales (a un costo de USD 3,00)²⁰ el **Certificado de Origen, Formato A** y debe completarse y presentarse ante la Secretaría de Industria y Comercio. Los productos específicos (por ejemplo, café, alimentos) requieren una certificación de otras entidades de CENTREX. Consulte la guía hondureña de CENTREX para más información en la siguiente dirección: <http://www.sic.gob.hn/sectores/pagina/centrex.html#>.

Información de contacto:

Telefax: +504 235-3707/ 8529/ 4075

Dirección: Edificio de San José, Boulevard Kuwait, Tegucigalpa.

¹⁹ Fuente: <http://espanol.doingbusiness.org/ExploreTopics/TradingAcrossBorders/> consulta enero 2010.

²⁰ Precios a diciembre del 2009 en <http://www.sic.gob.hn/sectores/página/cenrex.html#>.

Tabla 4.4
Costos de autorización de exportación²¹

Tipo de costos	Costo (USD)
Preparación de documentos	227
Despacho aduanero y control técnico	90
Total	317

4.2.4 Nicaragua

La entidad nicaragüense que autoriza las exportaciones es el Centro de Trámites de las Exportaciones (CETREX). Al igual que Honduras, todas las exportaciones destinadas fuera de la región centroamericana, deben ser acompañadas de una **Declaración de Mercancías** y una copia de la factura. El costo de este proceso es de 10 córdobas más cinco córdobas por hoja de la declaración.²² Algunos productos requieren certificados adicionales (<http://www.cetrex.gob.ni/website/institucion/reqexpproducto.jsp>). Consulte el siguiente enlace para mayor información y para imprimir los formularios: <http://www.cetrex.gob.ni/website/index.jsp>. El proceso para cumplir con los procedimientos requeridos para exportar dura aproximadamente 29 días.²³

Información de contacto:

Correos electrónicos: asistencia.sitrade@cetrex.gob.ni; Ing. Brenda Darce (Coordinadora Trámites) bdarce@cetrex.gob.ni; CETREX Central, Lic Miguel Zamora, mzamora@cetrex.gob.ni.

²¹ Fuente: <http://www.doingbusiness.org/ExploreTopics/TradingAcrossBorders/Details.aspx?economyid=86> consulta enero 2010.

²² Precios a diciembre del 2009 en <http://www.cetrex.gob.ni/website/servicios/documentos/dme.jsp>.

²³ Fuente: <http://espanol.doingbusiness.org/ExploreTopics/TradingAcrossBorders/> consulta enero 2010.

Tabla 4.5
Costos de autorización de exportación²⁴

Tipo de costos	Costo (USD)
Preparación de documentos	340
Despacho aduanero y control técnico	80
Total	420

4.2.5 Costa Rica

Los exportadores costarricenses deben visitar la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE) en la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER) al requerir autorización para exportar. En primer lugar, los exportadores deben inscribirse ante la VUCE, ya sea personalmente o a través de Internet (a un costo de USD 3,00): http://www.procomer.com/Espanol/Tramites-12/registro_exportadores-12-01/registro_exportadores-12-01-01.html.²⁵ En segundo lugar, deben completar la **Declaración Aduanera de Exportación (DAE)** o la **Declaración Aduanera de Exportación Provisional (DAEP)**: http://www.procomer.com/Espanol/Ventanilla-06/ventanilla_tramites.html. Ambas se pueden obtener en la VUCE o completarse mediante el sistema electrónico de la VUCE, SIVUCE. Además, se deben completar y presentar a las autoridades aduaneras dos copias de la factura comercial y un **Certificado de origen, formato A**, para obtener la autorización. Una vez que estos formularios son presentados, el PROCOMER los autoriza y luego regresan al exportador, quien puede entregarlos al transportista. El transportista es el responsable de entregar la documentación a la aduana en la frontera de la UE. El proceso para cumplir con los procedimientos requeridos para exportar dura aproximadamente 13 días.²⁶ Más información disponible en el SICEX (véase <http://www.sicex.com/?cambiaiidioma=1>).

²⁴ Fuente: <http://www.doingbusiness.org/ExploreTopics/TradingAcrossBorders/Details.aspx?economyid=141> consulta enero 2010.

²⁵ Precios a diciembre del 2009 en http://www.delcri.ec.europa.eu/es/download/Como_exportar_a_1_UE.pdf.

²⁶ Fuente: <http://espanol.doingbusiness.org/ExploreTopics/TradingAcrossBorders/> consulta enero 2010.

Información de contacto:

Tel.: (506) 256-7111, Ext. 242 o 352

Correo: info@procomer.com , civ@procomer.com

Dirección: Edificio Centro de Comercio Exterior, Avenida 3ª, calle 40, Apartado postal: 1278-1007

Fax: (506) 233-5448

Sitio web: <http://www.procomer.com>

Tabla 4.6
Costos de autorización de exportación²⁷

Tipo de costos	Costo (USD)
Preparación de documentos	250
Despacho aduanero y control técnico	200
Total	450

4.2.6 Panamá

En Panamá, los exportadores deben acudir a la Ventanilla para la Exportación en busca de consejos sobre el proceso de exportación y luego presentar las solicitudes correspondientes para la autorización de sus exportaciones. Los exportadores deberán completar la Declaración Aduanera de Exportación y presentarla con una copia de la factura comercial. Para productos en grupos específicos, se debe consultar en Internet el siguiente enlace http://www.caespan.com.pa/informes/Estudio_Documentos.pdf que incluye información sobre certificaciones adicionales que se necesiten. Estos certificados pueden obtenerse en el sitio web <http://www.mici.gob.pa/exportaciones.php>. El proceso para cumplir con los procedimientos

²⁷ Fuente: <http://www.doingbusiness.org/ExploreTopics/TradingAcrossBorders/Details.aspx?economyid=50> consulta enero 2010.

requeridos para exportar dura aproximadamente 9 días.²⁸ Más información disponible en el SICEX (<http://www.sicex.com/?cambiaidioma=1>).

Información de contacto:

Tel.: +507 560-0600. 560-0700

Correo electrónico: contactenos@mici.gob.pa

Dirección: Ministerio de Comercio e Industrias, Plaza Edison, Sector El Paical, Piso 2 y 3, Apartado Postal: 0815-0111 Zona 4, Panamá, República de Panamá

Tabla 4.7
Costos de autorización de exportación²⁹

Tipo de costos	Costo (USD)
Preparación de documentos	150
Despacho aduanero y control técnico	50
Total	200

4.3 RECOMENDACIONES Y CONSEJOS

Qué hacer	Qué no hacer
• Visitar las oficinas de la Cámara de Comercio e Industria en su país o localidad para obtener más información sobre programas de apoyo a exportadores. • Preguntar por la “Ventanilla de exportaciones” en su país en Organizaciones de apoyo al comercio y visitar sus oficinas (o las páginas web sugeridas) para chequear los documentos necesarios para registrarse como exportador y obtener las certificaciones y permisos necesarios para exportar.	• Realizar los procedimientos de obtención de permisos y certificaciones a través de alguien que no conoce realmente y en profundidad la situación de su empresa y de su estrategia de exportaciones. Debe haber alguien responsable del proceso de documentación.

²⁸ Fuente: <http://espanol.doingbusiness.org/ExploreTopics/TradingAcrossBorders/> consulta enero 2010.

²⁹ Fuente: <http://www.doingbusiness.org/ExploreTopics/TradingAcrossBorders/Details.aspx?economyid=149> consulta enero 2010.

Qué hacer	Qué no hacer
• Asignar a un empleado de su empresa como responsable para hacer los arreglos de cada documento necesario para certificarse o para obtener permisos, así como encargarse del monitoreo de todo el proceso de solicitud hasta su obtención. • Planificar en un cuadro de tiempos los documentos que su empresa necesita para exportar. Llenar algunos documentos en la “Ventanilla de exportaciones” en su país probablemente no lleven mucho tiempo, pero el registro de su empresa como exportadora requerirá de varios documentos que necesita tener listos con anticipación.	

Recomendaciones (de Organizaciones de apoyo en Centroamérica)

- “El exportador debe cumplir con requerimientos de mercado relacionados a las necesidades del consumidor, pero también tiene que tomar un tiempo para obtener las certificaciones y permisos generales para poder exportar el producto desde su país de origen. El proceso de documentación ahora es más corto y depende de si usted está listo y llena los requerimientos para ser certificado” (Cámara de Comercio e Industria, El Salvador).
- “La mayoría de los exportadores que han tenido éxito en Europa han contado con el apoyo de Agencias Internacionales como el CBI (Centro para la Promoción de Importaciones desde países en desarrollo), si quiere exportar a la UE. Pregunte en Organizaciones de soporte en su país sobre las oportunidades disponibles para potenciales exportadores, seguramente hay programas que se ajustan a sus necesidades como empresa” (Asociación Guatemalteca de Exportadores AGEXPORT, Guatemala).
- “Existen requisitos generales que se deben cumplir para poder exportar, entre ellos: documentos aduaneros obligatorios, requisitos específicos aplicables según el tipo de producto, así como gravámenes interiores, derechos de exportación, certificados de origen y reglas de origen que se deben cumplir, entre otros”. (FIDE Inversión y Exportaciones, Honduras)

Sitios Web de interés y su descripción

Páginas web de interés	¿Qué encontrará aquí?	Recomendaciones para la página
www.exporta.gov.sv	Contactos e información sobre la agencia oficial de exportaciones en El Salvador, la cual facilita y promueve exportaciones en este país.	• Regístrese y sea miembro de esta agencia, que cuenta con un equipo de expertos que pueden asesorarle en cada detalle del proceso de exportación para la UE.

Páginas web de interés	¿Qué encontrará aquí?	Recomendaciones para la página
www.centrex.gob.sv	Todos los requerimientos para registrarse como exportador en El Salvador, documentos y permisos necesarios para exportar.	• Diríjase a “Acerca de SICEX” para encontrar más información sobre cómo registrarse como exportador en El Salvador. • Cree su propio usuario y suscríbase para recibir boletines y noticias.
http://www.minec.gob.sv/	Página oficial del Ministerio de Economía en El Salvador con informes y noticias actualizadas relativos a la economía del país.	• Enlace a CONAMYPE y otras instituciones de interés.
http://www.conamype.gob.sv	Página oficial de la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa de El Salvador con información básica de apoyo a la micro y pequeña empresa en el país.	• Busque información sobre capacitaciones y consultorías online.
http://www.agexport.org/Portal/Home.aspx	Un directorio completo de exportadores de Guatemala, información de programas de apoyo a las exportaciones llevados a cabo en el país.	• La asociación tiene un equipo completo de expertos en diferentes sectores del mercado; todos los contactos están disponibles en la página web. • Aproveche la oportunidad de ser parte de los programas relacionados con la Unión Europea.
http://www.export.com.gt/Portal/Home.aspx	Información oficial sobre documentos y permisos de exportación para empresas guatemaltecas.	• Revise la información sobre certificados de origen. • Revise las herramientas que el Centro ha desarrollado para agilizar el proceso de exportación.
http://www.mineco.gob.gt	Página oficial del Ministerio de Economía de Guatemala.	• Diríjase a “Desarrollo de la Mipyme” y encuentre información relevante sobre proyectos del MINECO para dicho sector.
http://www.pyneonline.net/biblioteca/guatemala.phtml	Es una biblioteca virtual de PYMES en Guatemala, así como de oportunidades para dichas empresas.	• Busque la “Guía de apoyo” de la página, donde encontrará contactos sobre asesores, capacitadores y respaldo para las pymes tanto en

Páginas web de interés	¿Qué encontrará aquí?	Recomendaciones para la página
		Guatemala como en el resto de Centroamérica.
www.hondurasinfo.hn	Información sobre exportadores en Honduras, desarrollado por FIDE (Inversión y Exportaciones de Honduras); contiene recomendaciones para entrar en el mercado, reportes de demanda, apoyo en la asistencia a Ferias Comerciales para empresas hondureñas.	Diríjase a la sección “Honduras sí exporta”, encuentre estadísticas de exportaciones, noticias e información relevante para un potencial exportador.
http://www.sic.gob.hn/sectores/pagina/centrex.html	Página web del Ministerio de Industria y Comercio de Honduras. Aquí encontrará el contacto de CENTREX (Centro de Trámites a las Exportaciones en Honduras). La página web contiene todos los requerimientos necesarios para obtener una autorización para exportar.	En esta página puede encontrar los precios de los permisos y las certificaciones fitosanitarias y zoosanitarias para exportadores hondureños.
www.fpxhn.net	Página web de la Federación de Agroexportadores de Honduras. Aquí encontrará información sobre los programas de apoyo a las exportaciones, enlaces a organizaciones de interés para el sector agro, socios estratégicos de la Federación como el CBI de Holanda, eventos a realizar en Honduras, así como requisitos para subscribirse como socio.	Acérquese a las oficinas de la Federación. Actualmente, existen programas de apoyo a negocios de los cuales puede ser beneficiario; su ubicación se encuentra en la página web.
https://cohep.com/	Página oficial del Consejo Hondureño para la Empresa Privada.	- Contiene enlaces a páginas como la Infomypime, que tiene contactos de PyMEs en Honduras y otros enlaces interesantes para el sector. - Diríjase a la sección “Comercio” y encuentre enlaces sobre los tratados de libre comercio acordados y en negociación.
http://www.procomer.com/Espanol/Ventana-	Página de la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica; contiene información sobre los	Contacte directamente a los representantes de PROCOMER en

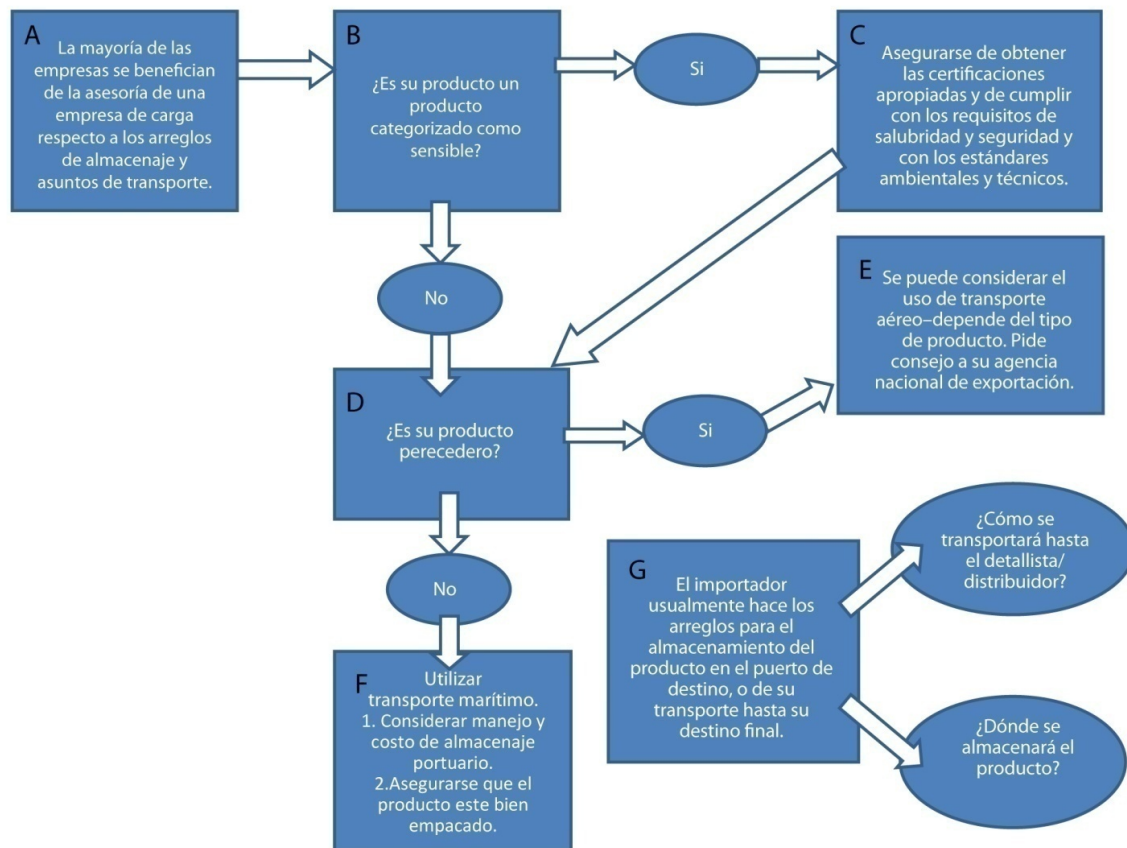
Páginas web de interés	¿Qué encontrará aquí?	Recomendaciones para la página
06/ventanilla_quees.html	requerimientos necesarios para exportar desde Costa Rica. Asimismo, todas las certificaciones y los permisos necesarios pueden encontrarse aquí.	Costa Rica para mayor información.
http://www.comex.go.cr/Paginas/inicio.aspx	Página oficial del Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica, con detalles sobre los acuerdos y los tratados de comercio del país.	Encuentre políticas, estadísticas, eventos e informes.
www.cadexco.org	Página web de la Cámara de Exportadores de Costa Rica; contiene enlaces e información sobre programas y eventos.	Busque en la sección “Contactos” los enlaces directos con los expertos en la Cámara para obtener mayor información sobre los programas llevados a cabo para el apoyo a exportadores de Costa Rica.
www.cei.org.ni	Página del Centro de Exportaciones e Inversión de Nicaragua; contiene información sobre programas y capacitaciones que está llevando a cabo Nicaragua como parte de su misión de promoción de exportaciones.	- Diríjase a “Información del Mercado de la UE” y póngase en contacto con los expertos del Centro. - El Centro es respaldado por asociaciones de exportadores de Nicaragua y el Ministerio de Comercio, así como por otros organismos internacionales, como el CBI de Holanda.
www.cetrex.gob.ni	Página de la “ventanilla de exportaciones” de Nicaragua; contiene información sobre documentos y permisos necesarios para exportar desde Nicaragua.	Diríjase a “Requerimientos de registro” para conocer más sobre los documentos necesarios para registrarse como exportador de Nicaragua.
http://www.apen.org.ni/	Página oficial de la Asociación de Productores y Exportadores de Nicaragua, con información sobre los asociados, precios y la demanda y oferta de productos en Nicaragua.	Formulario on-line para inscribirse como socio de la asociación.
http://www.ampyme.gob.pa/	AMPYME tiene la finalidad de fomentar el desarrollo de la MIPyMe, mediante la ejecución de la política nacional de estímulo y	Busque información sobre los diferentes tipos de proyectos, así como información para inscribirse ante la institución.

Páginas web de interés	¿Qué encontrará aquí?	Recomendaciones para la página
	fortalecimiento del sector.	
https://www.mef.gob.pa/Portal/index.html	Página oficial del Ministerio de Economía y Finanzas de Panamá con información actualizada sobre temas económicos del país.	• Informes actualizados sobre aspectos económicos y financieros de Panamá. • Busque también los enlaces a otras instituciones gubernamentales.
http://www.panamatramita.gob.pa/tramite_req.php?id_tram=883	Página oficial de Panamá que integra todos los permisos, las certificaciones y los procedimientos necesarios para los exportadores panameños.	• Para obtener más información sobre cada documento y certificación haga clic sobre cada uno.
http://www.technoserve.org	Página oficial de la Institución TechnoServe, que brinda asesoría y apoyo a Mipymes en Guatemala, Honduras, Nicaragua y El Salvador.	• Busque información sobre proyectos y contactos específicos para su país haciendo clic en el mapa que aparece al inicio. La información específica para cada país se encuentra en español, aunque la página general está en inglés.
http://www.bcie.org/spanish/index.php	Página del Banco Centroamericano de Integración Económica, relevante para todos los países de Centroamérica.	• Diríjase al área de “negocios” y “comercio exterior”, donde encontrará información sobre los proyectos llevados a cabo por el BCIE y los países beneficiarios.
http://www.proyectocambio.org/index.html	Página oficial del Proyecto CAMBio (Mercados Centroamericanos para Biodiversidad), llevado a cabo por BCIE, PNUD y GEF.	• En la sección “Documentos” encontrará los requisitos para poder formar parte del proyecto.
http://www.iadb.org/research/home.cfm?language=es	Página del Banco Interamericano de Desarrollo.	• Utilice las herramientas y las bases de datos para investigación de mercados incluidas en la sección “Estadísticas y bases de datos”.
http://www.sica.int/cenpromype/	Página del Centro Regional de Promoción de la MIPyMe (CENPROMYPE) con noticias, documentos, eventos de apoyo a la micro y pequeña empresa en Centroamérica.	• Busque enlaces a otros proyectos e instituciones.

5. ETAPA 5: ALMACENAJE Y TRANSPORTE

Una vez que el proceso de exportación ha sido autorizado y el contrato entre el comprador y el vendedor ha sido firmado, se realiza el transporte de los productos. Esta etapa consiste en: realizar los trámites necesarios para almacenar los productos – tanto en el país de origen como en el de destino –; seleccionar, según la conveniencia, el modo de transporte que se utilizará y el canal para la distribución de los productos. Esta sección analiza estos procesos en profundidad.

Figura 5.1
Almacenaje y transporte



Explicación de la Figura 5.1:

La etapa 5 se centra en el almacenamiento y el transporte de los productos.

- A. Las agencias de carga tienen una amplia experiencia en el transporte y el almacenamiento de productos. Es muy útil ponerse en contacto con ellas para tener una idea del costo y de las diferentes opciones de

transporte que ofrecen.

- B y C. Algunos productos pueden exigir formas e inspecciones adicionales. Este es particularmente el caso de los productos “sensibles”. Esta categoría incluye, principalmente, a aquellos productos para los cuales se aplican estándares de salubridad, seguridad, medioambientales y técnicos; por ejemplo, alimentos, juguetes, electricidad, etc.
- D y E. El tipo de transporte a utilizar dependerá del producto. Si es perecedero y no muy pesado, el transporte aéreo podría ser la mejor opción, pero lo mejor es pedir consejo a su agencia nacional de exportación.
- F. Una forma “económica” de transporte es el transporte marítimo. Una vez que se haya decidido por esta opción, es importante considerar el costo de manejo portuario, almacenamiento y el costo de empaque y embalaje del producto.
- G. Deberá establecerse en forma anticipada quién es el responsable del almacenamiento de los productos. Esto deberá estipularse en el contrato y está relacionado con los términos internacionales de comercio pactados.

5.1 HACER UN CONTRATO

Al entrar en una relación de exportación, un contrato entre el exportador y el importador debe ser creado y firmado. Los exportadores deben pedir consejo a su agencia nacional de exportaciones (véase la Sección 4.2), pero existen algunos elementos esenciales de cualquier contrato de exportación, los cuales se enumeran a continuación:

- Descripción y cantidad de las mercancías;
- Precio de las mercancías y la moneda en que las mercancías serán abonadas (véase la Sección 3.1.3);
- Formas de pago (véase la Sección 3.1.2);
- Las condiciones de entrega – “Incoterms” (véase la Sección 3.1.1);
- Los impuestos, los aranceles y el valor de los productos y quién es responsable de pagar los gastos (véase la sección 6.1 y la sección 6.2);
- Embalaje, rotulado y etiquetado (véase la Sección 5.2.2);
- Las licencias necesarias y el seguro (si corresponde) (véase la Sección 6.4.2);
- Documentación necesaria (véase la Sección 4.2);

- Los requisitos legales. Qué hacer si el contrato no se cumple, arbitraje, jurisdicción (véase el Capítulo 3.1.4);
- Firma de ambas partes.

Más información disponible en <http://www.intracen.org/menus/itc-s.htm>.

5.2 CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y MEDIOS DE TRANSPORTE

5.2.1 Carga en puerto de origen y destino

Cuando se desee transportar bienes, particularmente cuando se hace por primera vez, es recomendable solicitar la asesoría de un agente de fletes con experiencia en el transporte a la UE. Dicho agente actúa como un intermediario a favor de los exportadores y ayuda a gestionar que los bienes transportados arriben en forma segura y oportuna al país de destino (véase <http://www.azfreight.com/cfm/parent5.cfm> para obtener un directorio de agentes de flete).

Los agentes de flete pueden hacer arreglos para que los bienes transportados sean cargados en el país de origen y descargados en el país de destino, reservando espacio en avión o barco (denominado “contrato de reservación”), además de aconsejar sobre el método de empaque adecuado. Asimismo, se está haciendo cada vez más frecuente exportar bienes bajo un “contrato multimodal”, lo cual significa que la empresa de transporte se hace cargo de los bienes desde que salen de la empresa manufacturera en el país de origen, hasta su entrega en el puerto de destino.

Los exportadores deben, no obstante, conocer cuáles son los mejores medios para empacar y embalar sus bienes, independientemente de que intervenga un agente de flete o no. La Directiva de Empaque de la UE establece las reglas sobre el empaquetado directo de los bienes para venta (véase <http://www.miliarium.com/Paginas/Leyes/residuos/ue/D96-56.asp>).

Además, existen muchos riesgos involucrados en el transporte de bienes, tales como humedad, daños, robo y peso excesivo. El exportador debe pedirle directamente al comprador que le aconseje respecto de los procedimientos de descarga en el puerto del Estado Miembro involucrado. En general, se debe observar lo siguiente:

- El empaque debe ser a prueba de humedad.

- Deben utilizarse contenedores cuando sea posible, ya que éstos son más económicos y proveen la estabilidad para el transporte seguro de los bienes. Asegúrese de que el peso de la carga esté distribuido de manera uniforme. A veces, un exportador no logra vender un contenedor de bienes. En este caso, puede consolidar sus exportaciones con otros exportadores. Un agente de fletes puede ser de ayuda en este caso.
- Para prevenir robos, no escriba la marca o el contenido en el empaque y séllelo con seguridad (considere el uso de bandas sujetadoras, sellos y el empaque comprimido, denominado “*shrink-wrapping*” en inglés³⁰).

Mientras se les asigna un procedimiento aduanero a los bienes (véase la Sección 4.1), éstos pueden requerir de un bodegaje temporal y el importador deberá realizar los arreglos necesarios por adelantado con las autoridades aduaneras respectivas. El bodegaje puede ser en un almacén público o privado, según los requisitos descritos en la Sección 4.2.

5.2.2 Medios de transporte

El transporte de bienes desde Centroamérica o Panamá a la UE puede hacerse vía aérea, vía marítima y, desde allí, vía terrestre, o de varias formas (multimodal). Esta decisión dependerá de la naturaleza de los productos (perecederos, frágiles, electrónicos, de entrega urgente); la preferencia del comprador (dependiendo de los procedimientos en el Estado Miembro involucrado); el costo y el volumen. Nuevamente, un agente de flete puede recomendarle el mejor método de transporte para asegurar un proceso de transporte eficiente y sin problemas. El agente de flete realizará los arreglos con la empresa de transporte y la compañía de logística para cumplir con los procedimientos aduaneros y trasladar los bienes al llegar a la UE.

Algunos productos (perecederos) requieren formas especializadas de transporte. Las frutas, vegetales, carnes y mariscos pueden transportarse en contenedores refrigerados.

Los productos frágiles deben embalarse en cajones de madera o tambos de acero con un material amortiguador (por ejemplo, una esponja plástica o de poliuretano) que los proteja

³⁰ “*Shrink-wrapping*” se refiere al empaque de un objeto mediante la aplicación de calor sobre una piel plástica apretada a modo de protección.

durante el transporte y el apilamiento en las bodegas. Se deben aplicar ganchos en los cajones para facilitar su manejo.

Las sustancias biológicas de categoría B (UN 3373) deberán transportarse en contenedores plásticos, de vidrio o metal para prevenir fugas durante el transporte. Algunos químicos peligrosos están sujetos a la Regulación del Consejo 304/2003 (<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2003:063:0001:0026:Es:PDF>). El Anexo 1 de la Regulación contiene la lista de productos sujetos a los requisitos de notificación. Asimismo, la importación de algunos químicos peligrosos está prohibida en la UE. El Anexo V de la Regulación 304/2003 contiene la lista de dichos químicos (por ejemplo, jabones cosméticos que contengan mercurio y algunos contaminantes orgánicos persistentes).

Costos de transporte

Los costos de transporte varían según el país, dependiendo del tipo y de la cantidad de producto a ser exportado. La mayoría de las PyMEs centroamericanas y panameñas utilizan el transporte marítimo, ya que es más económico. Las empresas de carga en Centroamérica y Panamá estiman que el costo de un contenedor de 20 pies, vía marítima, de un puerto centroamericano a un puerto de la UE, oscila entre los USD 700 y los USD 1 400, aproximadamente.³¹ Esta tarifa incluye el costo de transporte y los servicios de la empresa de carga (la tarifa por manejo es de aproximadamente USD 50 por contenedor). También incluye el transporte de los bienes desde la fábrica al puerto, que varía según la distancia (por ejemplo, el costo del trayecto desde Ciudad de Panamá al Puerto de Manzanillo es de aproximadamente USD 350; Colón – Manzanillo, USD 275, aproximadamente). El costo aduanero ronda los USD 100 – 150 y los costos portuarios rondan los USD 60 por contenedor. En contraste, el costo aéreo es de aproximadamente USD 3,10 por kilogramo. La tabla a continuación muestra que Panamá tiene los costos más bajos y Nicaragua los más altos.

³¹ Precios medios facilitados por empresas de transporte centroamericanas y panameñas en enero de 2010.

Tabla 5.1
Comparación de costos involucrados en varios medios de transporte³²

Tipos de costos	Costos (USD)					
Flete Marítimo	Guatemala	El Salvador	Honduras	Nicaragua	Costa Rica	Panamá
Costo de transporte interno y tramitación	240	90	146	120	490	300
Costo de almacenaje en el puerto y cargo de tramitación (incluye almacenaje para el período que duren los trámites y el manejo de las mercancías)	500	300	700	800	250	229
Costo total de Transporte Marítimo (contenedor 40 pies) ³³	1.182	890	1.163	1.340	1.190	729

5.2.3 Seguro

Un aspecto importante en el transporte de bienes es la adquisición de un seguro para la carga. No es obligatorio, pero es recomendable, dados los riesgos involucrados en la exportación. Hay dos tipos de seguro: seguro de bienes transportados (a determinarse por el exportador) y el seguro de responsabilidad de la empresa de transporte (definido por convenciones internacionales asociadas al modo de transporte utilizado). En algunos casos, si el valor que se ha pagado por el seguro no está incluido en la factura comercial, se deberá presentar a las autoridades aduaneras una factura por seguro, adjunta al DUA.

³² Fuente: <http://espanol.doingbusiness.org/ExploreTopics/TradingAcrossBorders/default.aspx?direction=Asc&sort=0> consulta enero 2010.

³³ Incluye costos administrativos, documentación, transporte doméstico, almacenaje y cargo de tramitación.

5.2.4 Canales de distribución

Antes de exportar a la UE, el exportador deberá decidir cómo se distribuirán los bienes una vez que arriben a su destino, de manera que se garantice su manejo por una cadena de suministro. Cuando un exportador quiere elegir un canal de distribución adecuado, debe considerar la mejor manera de acortar la cadena de suministro y, por lo tanto, llegar al consumidor en la forma más rápida posible. Esto permite a los exportadores reducir los costos.

Las cadenas de distribución más importantes pueden dividirse en dos categorías: venta directa e indirecta. La elección depende del volumen de exportación, la experiencia anterior del exportador y la naturaleza de los bienes. A continuación, se describen los canales de distribución y las ventajas y desventajas de cada uno.

Tabla 5.2
Ventajas y desventajas de la venta directa y la venta indirecta

	Venta directa				Venta indirecta	
	Minoristas	Distribuidores	Alianzas estratégicas	Internet	Otras empresas en el país de origen	Intermediarios
Ventajas	La cadena de suministro es muy corta.	Los distribuidores se encargan de todo el proceso.	Es una forma muy sencilla para que la empresa del país en desarrollo entre en el Mercado de la UE.	Forma muy directa de exportar – la cadena de suministro es muy corta.	La otra empresa tiene toda la responsabilidad para el proceso.	Muy útil para PyMEs con poca experiencia de exportación.
Desventajas	La empresa exportadora debe tener un representante de ventas en la UE.	El exportador tiene menos control sobre los bienes.	La empresa del país en desarrollo puede volverse muy dependiente.	El exportador tiene toda la responsabilidad por el proceso.	La empresa nueva puede volverse muy dependiente.	Los costos son altos y el exportador tiene menos control sobre el proceso.

Venta directa

La venta directa es el canal de distribución más ambicioso, ya que el exportador asume la responsabilidad de todo el proceso de exportación:

- **Los minoristas** venden el producto directamente al consumidor. Este método requiere que la empresa exportadora tenga un representante de ventas en la UE para generar y mantener relaciones de negocios con los minoristas.
- **Los distribuidores** son empresas grandes que promueven la venta de bienes, ya sea a minoristas o a otros distribuidores. Los exportadores pueden identificar distribuidores en Centroamérica o la UE para que se encarguen de la promoción y la venta de sus productos.
- **Las alianzas estratégicas o la co-fabricación** involucran a empresas de la UE que asignan parte del proceso de producción a empresas de países en desarrollo, en el primer caso, o que trabajan conjuntamente con ellas para manufacturar, en el segundo. Esta es una forma sencilla para que las empresas de países en desarrollo puedan entrar en el mercado de la UE, aunque tiene la desventaja de que las empresas pueden volverse muy dependientes de su cliente.
- **Internet** es un importante instrumento de venta en la UE. Los consumidores pueden hacer pedidos a través de Internet y sus compras pueden ser enviadas directamente en forma eficiente. No obstante, el exportador es responsable de todos los procesos de transporte y aduanas.

Venta indirecta

- **Otras empresas en el país de origen** que compran los productos y los revenden en el mercado de la UE. Este canal de distribución tiene la ventaja de dejar toda la responsabilidad de transporte y aduanas a la empresa nacional y es una buena forma de que una PyME adquiera un poco de experiencia en exportación;
- **Intermediarios:** esto involucra la participación de empresas especializadas en exportación (Empresas de Manejo de Exportaciones – EMEs) que manejan

todo el procedimiento aduanero en ambos extremos. Este canal de distribución es particularmente útil para las PyMEs que recién comienzan y que poseen escasa experiencia en exportación, pero tiene la desventaja de tener un costo alto y de darle al exportador un menor control sobre el proceso de exportación. Los exportadores deben mantener un contacto cercano con cualquier intermediario involucrado para asegurar un proceso sin riesgos. La Federación de las Asociaciones Internacionales de Comercio (FITA, por sus siglas en inglés) tiene un directorio de EMEs (véase <http://fita.org/Spanish/index.html>).

5.2.5 Minoristas y distribuidores

Las cadenas de suministro se han vuelto más internacionales y, por lo tanto, deben ser lo más eficientes posible. Por esta razón, los minoristas y los distribuidores se han unido para formar pocas empresas muy grandes. Por ejemplo, el número de tiendas de venta de alimentos ha disminuido en la UE, mientras que el tamaño de la tienda promedio ha crecido. Europa tiene muchas cadenas a gran escala de tiendas minoristas, especialmente supermercados, hipermercados y mercados de descuento. Ejemplos de estas cadenas incluyen a Sainsbury's (Reino Unido), Aldi, Edeka, Metro AG y Rewe (Alemania), Albert Heijn (Holanda), Carrefour Promodes, Auchan y Leclerc (Francia). Asimismo, la concentración de minoristas se ha visto estimulada por la introducción de mega ventas al detalle, fusiones, adquisiciones y alianzas horizontales, inclusive tiendas de jardinería y ferreterías.

Una gran cantidad de exportadores provenientes de países en desarrollo usualmente no poseen los recursos financieros y la experiencia para llevar a cabo investigaciones de mercado profundas y campañas de promoción. La colaboración comercial ofrece la oportunidad de reducir costos significativamente, ya que se reduce el número de intermediarios y se desarrollan relaciones con socios comerciales. Muchos proveedores de los países en desarrollo acortan la cadena de suministros al venderle directamente a “supertiendas europeas” como las mencionadas en el párrafo anterior. Esto se traduce en mayores ganancias y evita las complicaciones asociadas con los estudios de mercado y la selección de un socio comercial. También, permite colocar órdenes más grandes en un envío regular, lo que reduce el riesgo y el tiempo de entrega. No obstante, la desventaja de esta estrategia es que los exportadores pueden terminar en una posición de negociación menos ventajosa cuando traten con cadenas minoristas dominantes y

tengan que cumplir con sus requisitos estrictos de surtido, alta calidad, seguridad y suministro (por ejemplo, “entrega justo a tiempo”).

5.2.6 Subcontratación de procesos de negocios (SPN) y co-fabricación

Muchas empresas de la Unión Europea se especializan en el servicio o producto principal de su empresa y subcontratan productos secundarios y procesos. La “subcontratación” ha evolucionado hasta convertirse en “alianzas estratégicas”, que es una forma más estructurada de cooperación y ofrece la oportunidad a pequeños proveedores en países en desarrollo, de entrar en el mercado de la UE. Estas alianzas benefician a las dos partes: la empresa europea (“contratista” o “cliente”) puede incrementar su capacidad productiva y hacerle frente a exigencias del mercado más fácilmente; y el exportador (“subcontratista” o “proveedor”) puede expandir su mercado de exportación y desarrollar su potencial de inversión.

La subcontratación puede ser muy beneficiosa para los proveedores en los países en desarrollo, ya que estimula el aprovechamiento de capacidades, contribuye a asegurar ventas con regularidad e impulsa el crecimiento por el ahorro de tiempo, recursos en el mercadeo y distribución del producto. En un acuerdo de co-fabricación, el proveedor recibe capacitación, formación técnica y, en ocasiones, apoyo financiero, de parte del importador de la UE. Lo anterior permite al proveedor aumentar su competitividad y valor comercial. Un beneficio adicional para los proveedores es que la comunicación con el importador es intensa y frecuente, lo que puede conducir al desarrollo de una red computarizada. Los proveedores juegan un rol estratégico para sus clientes, ya que el éxito o el fracaso de estos negocios, en gran medida, depende de ellos.

La co-fabricación es importante para los productos al detalle vendidos en supermercados, tiendas por departamento, ferreterías de descuento y mercadeo industrial. Se utiliza primordialmente en la industria electrónica, farmacéutica, automotriz y textil. Las razones principales para la formación de estas alianzas son reducir los altos costos y riesgos en la investigación y desarrollo (I&D) e impulsar el desarrollo tecnológico. Estas razones conducen a mejorar la competitividad, intercambiar experiencia en investigación y desarrollo y a reducir el tiempo necesario para desarrollar un nuevo producto.

La subcontratación también juega un papel cada vez más importante en el desarrollo de los servicios electrónicos en otros países (*off-shoring*). Cada vez más industrias tradicionales de los países desarrollados, incluidos los sectores de venta al detalle, energía, transporte y manufactura, subcontratan parte de sus servicios. El comercio internacional de servicios ha aumentado en forma significativa, en virtud de que estos procesos de negocio se subcontratan con proveedores extranjeros. Estos servicios intensivos de capital humano ofrecen una mayor oportunidad para que los países en desarrollo hagan crecer sus exportaciones de ciertos servicios electrónicos, por ejemplo, los centros de telefonía (*call centers*).

No obstante, además del riesgo de intercambio, existen desventajas para los proveedores en los acuerdos de subcontratación internacional y de co-fabricación. El principal riesgo es volverse muy dependiente del cliente. Por lo general, varios proveedores trabajan con un solo cliente, lo que puede generar una fuerte competencia entre los exportadores de países en desarrollo, arriesgando, en consecuencia, su posición negociadora. En estos acuerdos, el cliente es muy poderoso y se beneficia de su grado de especialización, mientras que el proveedor absorbe todos los costos y los riesgos. El cliente también puede establecer requisitos estrictos en relación con la calidad, el precio, el suministro y las técnicas de manejo, lo cual implica que el proveedor debe mantenerse actualizado con los requisitos de su cliente y adaptarse a sus necesidades cambiantes.

Los acuerdos de subcontratación y co-fabricación estimulan un fenómeno conocido como la “categorización de proveedores” que involucra la división de los proveedores entre clases, conforme a sus características y a su potencial. Para poder realizar esta categorización, los clientes solicitan información detallada de los proveedores, tal como la capacidad productiva y los procesos internos de la empresa, particularmente en lo que respecta a la garantía de calidad. Las empresas, entonces, se califican con base en sus estructuras, sistemas de manejo, capacidad de procesamiento, profesionalismo de sus empleados, estrategias y valores culturales, lo que ejerce una presión competitiva adicional sobre los proveedores. Sin embargo, ello incentiva tanto a los clientes como a sus proveedores y permite que las empresas mejoren y que aquellos exportadores en formación puedan beneficiarse del esfuerzo para aumentar sus niveles de profesionalismo, madurez en los negocios, capacidad tecnológica, orientación, etc., todo con la meta de obtener oportunidades conjuntas de mercado.

5.2.7 Marca privada

Una marca privada, es una marca única que pertenece a un minorista específico. Los grandes minoristas suscriben contratos directos con productores para poner su marca en los productos que les sean manufacturados. Como tal, la marca privada es un tipo de co-fabricación o subcontratación entre el proveedor (empresa manufacturera) y el cliente (el minorista). Los productos vendidos bajo una marca privada suelen ser vendidos a un precio más bajo que el de la marca líder. Europa tiene un predominio de marcas privadas en el mercado. Siete de los diez países con la diferencia más grande entre el precio de marcas privadas y marcas de fabricantes se encuentran en Europa. Los precios en Europa pueden ser fácilmente de un 10 a un 18 por ciento más baratos y, actualmente, las ventas de productos de marca privada conforman alrededor del 45% de los productos vendidos en el sector minorista de la UE.

La marca privada puede ser beneficiosa para exportadores de los países en desarrollo, ya que evita la promoción y el mantenimiento de una marca propia en Europa, lo que requeriría de presencia física en el mercado y gastos de mercadeo que una empresa pequeña no tiene capacidad de cubrir. También, significa que los exportadores enfrentan una menor competencia, poseen un producto secundario que le da a la empresa un nuevo perfil, garantiza más espacio de anaquel en la tienda minorista y brinda oportunidades para establecer alianzas estratégicas con estos minoristas. La desventaja primordial es que la relación con el cliente minorista puede verse amenazada si el producto no tiene un buen desempeño. También, el minorista goza de una posición negociadora fuerte sobre el productor, lo cual conlleva el riesgo de mantener costos de inventario altos y bajos márgenes de ganancia o que otros suplidores puedan introducir marcas privadas más baratas al mercado y bajar los márgenes de ganancia. A pesar de todo esto, la marca privada es una tendencia en crecimiento en Europa.

5.2.8 Comercio electrónico

El comercio electrónico o “*E-commerce*”, es la compra y venta de productos o servicios a través de Internet. En algunos casos, involucra la importación o exportación de esos productos. Existe una diferencia entre el negocio de productos, servicios o información entre empresas y el negocio entre empresas y consumidores. El intercambio de servicios, productos o información entre empresas se denomina “Negocio entre Empresas” (B2B, por sus siglas en inglés) y el

negocio entre empresas y consumidores se llama “Negocio-Consumidor” (B2C, por sus siglas en inglés). Las ventajas del “*E-commerce*” para los exportadores consisten en la oportunidad de automatizar y disminuir costos debido a que se acorta la cadena de suministros y que pueden acceder a un negocio más amplio. Además, los costos más bajos permiten a los proveedores ofrecer precios más competitivos. Los consumidores con acceso a Internet obtienen beneficios del “*E-commerce*”, ya que pueden escoger y comprar desde mercados más grandes sin las limitaciones de los horarios normales.

El “*E-commerce*” puede no ser la mejor opción para las empresas que exportan por primera vez. En el “*E-commerce*”, el exportador entra solo en el mercado, sin un socio que le ayude a promover su producto en el mercado de la UE y a resolver problemas. Un importador también funciona como una fuente de información de mercado y puede ofrecerle apoyo a un exportador nuevo con mecanismos de distribución, así como oportunidades para exhibir y colocar sus bienes en el mercado. Cuando un exportador exporta a través del “*E-commerce*”, debe exportar volúmenes muy pequeños al consumidor. Esto también significa que el exportador maneja todo el proceso de entrega. Aunque no hay pérdidas por compartir ganancias con un importador o mayorista, los altos costos involucrados en el envío de pequeñas cantidades (al enviar por *courier*) disminuyen las ganancias.

Así, los exportadores de países en desarrollo podrían, en primer lugar, utilizar Internet como un mecanismo de apoyo para la investigación de mercado, la promoción, la exhibición, la comunicación, el manejo de relaciones y para los servicios post-venta. No obstante, si un exportador ya ha creado relaciones en los mercados de exportación, la venta por Internet (a importadores, mayoristas o minoristas) es una opción beneficiosa.

5.3 RECOMENDACIONES Y CONSEJOS

Qué hacer	Qué no hacer
• Buscar un servicio de expedición de carga o embarcador a través de Internet. Investigar y comparar precios. • Preguntar siempre en las Asociaciones de Exportadores de su país sobre los servicios de transporte, expedición de carga y embarque.	• Comprometer operaciones con una sola línea de transporte o distribuidora o importador a través de un contrato de largo plazo, a menos que haya determinado que puede confiar en dicha empresa.

Qué hacer	Qué no hacer
Algunas Asociaciones obtienen mejores tarifas por este tipo de servicios. • Visitar las oficinas de la Cámara de Comercio de su país para obtener información detallada sobre servicios de embarque o transporte. • Realizar pruebas de transporte enviando pequeñas cantidades de producto al mercado meta para chequear su calidad, durabilidad y decidir cuál es la mejor forma de enviarlo. • Buscar contactos e información sobre servicios de embarque marítimo o aéreo (según la necesidad de su producto) en su país a través de las páginas web de las agencias de promoción de exportaciones. • Validar y comparar cotizaciones entre empresas de transporte y seleccionar la que mejor se ajusta a su presupuesto. • Asegurarse de conocer con anticipación y llegar a acuerdos con respecto a quién cubre los gastos de seguro de la carga, el costo de la carga y quién asume el riesgo durante el transporte del producto en cada etapa del proceso (de esto depende la selección del INCOTERM más adecuado). • Encontrar una lista de agencias y líneas de transporte que tienen servicio disponible a Europa; pueden existir muchas empresas navieras y aéreas en su país, pero no todas realizan transportes a Europa. Verifique este tema en la Cámara de Comercio de su país. • Definir en el contrato a firmar con su importador los arreglos para el almacenamiento del producto. • Analizar con su línea de transporte seleccionada la mejor forma de transportar su producto; por ejemplo, tipo de contenedor, tamaño, etc.	

Recomendaciones (de Organizaciones de apoyo en Centroamérica)

- “Asegúrese que podrá llevar a cabo todas las actividades en el proceso de exportación a través de la preparación de un presupuesto para todas las operaciones. La mayoría de los exportadores tienen problemas financiando el proceso de exportación y esto los lleva a fracasar” (Centro de Exportaciones e Inversión, Nicaragua).
- “Trate de encontrar la mejor forma de transportar su producto. Uno de los principales problemas que el exportador tiene que enfrentar es la falta de empresas de transporte con precios competitivos y horarios flexibles para enviar producto a la UE” (Centro de Exportaciones e Inversión, Nicaragua).

Sitios Web de interés y su descripción

Páginas web de interés	¿Qué encontrará aquí?	Recomendaciones para la página
www.freight-index.com	Un directorio de algunos contactos de servicios de expedición de carga o embarcadores para varios países, contactos, números telefónicos y página web de la empresa (si tiene una).	• Es muy fácil de usar, solamente debe seleccionar su país y se desplegará una lista de opciones con cada contacto. • Esta lista tiene al menos ocho opciones por país.
www.cargoyellowpages.com	Directorio o páginas amarillas de servicios de expedición de carga, transporte marítimo, aéreo y terrestre por país.	• La página está disponible en español, pero para utilizar los filtros de búsqueda de la base de datos para buscar empresas con criterios más específicos, se le solicitará brindar la información en inglés.
www.ups.com	Toda la información sobre la línea de servicios de transporte (principalmente aéreo) UPS, localización y monitoreo de carga, etc.	• Puede calcular los costos de transporte aéreo utilizando las tarifas disponibles en línea.
http://www.maerskline.com/appmanager/	Información sobre los servicios de transporte que brinda la empresa de transporte marítimo Maersk, noticias, horarios de transporte y servicios especiales.	• Como usuario registrado, puede encontrar tarifas más competitivas en línea, reservar contenedores, monitorear su carga y tener acceso a sus documentos de exportación.
www.aduana.gob.sv	Información sobre agencias de transporte y servicios de expedición de carga en El Salvador.	• Descargue el documento con la información disponible sobre servicios de transporte y busque la información y los contactos.

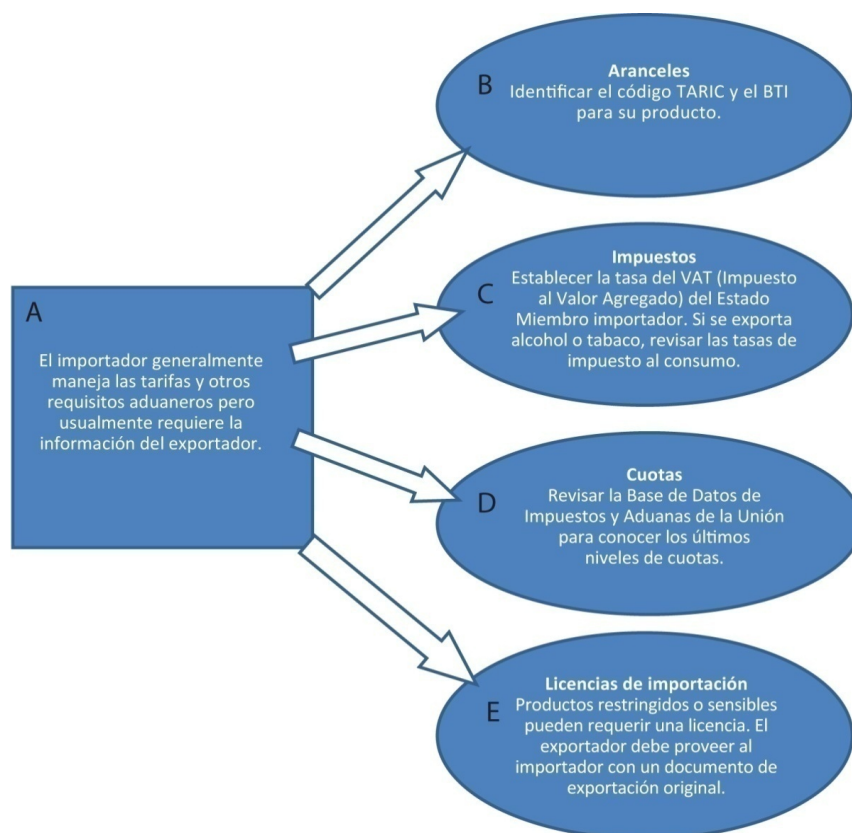
6. ETAPA 6: ARANCELES E IMPUESTOS

Existen muchas medidas y políticas que regulan el intercambio comercial y el acceso al mercado de la UE. Para los exportadores, las tarifas arancelarias son muy importantes, ya que pueden aumentar considerablemente los costos de los bienes exportados.

También son importantes dentro del proceso de exportación las salvaguardias, los impuestos, las cuotas, las regulaciones contra la competencia desleal (*antidumping*) y las licencias de importación.

Esta sección ofrece un panorama general de estas regulaciones que rigen a todos los empresarios que desean exportar a la UE. También incluye la aplicabilidad de las regulaciones a los exportadores de países en desarrollo, incluso de Centroamérica y Panamá, y las acciones que éstos deberán tomar al exportar al mercado de la Unión Europea.

Figura 6.1
Etapa 6: Aranceles e impuestos



Explicación de la Figura 6.1:

La etapa 6 está relacionada con los requisitos arancelarios y aduaneros.

- A. Aunque el importador estará, en la mayoría de los casos y si así lo establece el contrato, a cargo de los procedimientos de manejo en aduanas, el exportador deberá también suministrar información según le sea indicado por el importador.
- B. ¿Cuál es la tarifa arancelaria aplicable a su producto? Ello dependerá del tipo de producto. Las tarifas y las condiciones pueden decidirse con base en los códigos TARIC y BTI (la base de datos europea de productos).
- C. Dado que cada país tiene su propia tasa de Impuesto al Valor Agregado, es importante verificarlo en forma anticipada.
- D. Existe una cuota de volumen para algunos productos que determina cuántos productos bajo esta categoría ingresarán anualmente en la Unión Europea. Por favor, revise con antelación si ello es aplicable a su producto.
- E. Algunos productos requieren de una licencia de importación. Para verificar si ello es aplicable a su producto, revise los sitios de Internet sugeridos en este capítulo.

6.1 ARANCELES

6.1.1 Panorama general

Aranceles en la UE

Desde la creación del mercado interno de la Unión Europea en 1992, la región cuenta con un Arancel Exterior Común (AEC, que puede revisarse en el siguiente link, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:287:FULL:ES:PDF>). Esto significa que se aplican las mismas tarifas arancelarias en todo el sistema aduanero de los Estados Miembros, no importa cuál Estado Miembro sea el país de destino de la importación. Una vez que los bienes han ingresado en el mercado de la UE, pueden circular libremente dentro de toda la UE. El AEC aplicable desde el 1 de enero del 2010 se hizo público el 31 de octubre del 2009. Estas tarifas pueden encontrarse en la Gaceta Oficial de la Unión Europea, edición L 287 (<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:287:FULL:ES:PDF>).

La tarifa arancelaria se aplica en el puerto de entrada (puerto o aeropuerto). La tarifa depende de dos factores: el tipo de producto y el país donde se origina la exportación.

Tabla 6.1
Ejemplos de niveles de aranceles en la UE

Tipo de producto	Arancel aplicable (porcentaje del costo del producto)
Bienes industriales	4,0
Productos agrícolas	17,9
Carne	29,7
Lácteos	33,2
Azúcar y productos de confitería	35,7
Cereales	49,4

Fuente: European Voice (2009)

Política Agrícola Común (PAC) de la UE

La UE es el importador más grande de productos agrícolas procedentes de países en desarrollo. Estas importaciones incluyen frutas tropicales, café, té, cacao y especias. Paralelamente, la UE es el exportador más grande de carne, leche y cereales. La PAC ofrece subsidios a los productores de la UE y también protección, a través de barreras arancelarias altas que afectan el acceso de productos extranjeros al mercado. La UE realizó reformas a la PAC en el 2003. Se redujeron los precios de ciertos productos preferenciales (por ejemplo, arroz y centeno), lo cual redujo el nivel de subsidio agrícola. Esta medida mejoró la posición competitiva del sector agrícola de países en desarrollo. En el 2005, el régimen del azúcar se reformó, permitiendo así a los productores de países en vías de desarrollo un mayor acceso al mercado de la UE (http://europa.eu/pol/agri/index_es.htm).

Más información sobre la PAC y su reforma disponible en: http://europa.eu/legislation_summaries/agriculture/general_framework/l60002_es.htm

Los aranceles aplicados a las importaciones de la UE son relativamente bajos respecto de los bienes industriales (aproximadamente 4%, excepto los bienes industriales sensibles), pero pueden ser altos para los productos agrícolas (aproximadamente 17,9%, en promedio – véase la

Tabla 6.1 – aunque hay excepciones para ciertos productos agrícolas de países en desarrollo).³⁴ El porcentaje de líneas arancelarias agrícolas sujetas a picos arancelarios³⁵ es alto y se aplica principalmente a los productos agrícolas (por ejemplo, carne vacuna y ovina), productos lácteos y azúcar. En el caso de las frutas y los vegetales, las tarifas por producto individual también pueden ser elevadas con base en los precios mínimos de importación que son precios fijados por las autoridades del Estado Miembro. Si un producto ingresa a un precio por debajo del precio mínimo de importación, se le aplicarán impuestos adicionales para ajustar el precio al mínimo establecido. (*Más información disponible en <http://eur-lex.europa.eu/Result.do?direct=yes&lang=es&where=EUROVOC%3A002681&whereihm=EUROVOC%3Aminimum+price>*).

Controles arancelarios

En ciertos casos, la UE puede incrementar temporalmente las tarifas arancelarias para limitar las importaciones de un determinado producto. Esto puede ocurrir cuando los productos se introducen en forma desleal al mercado de la UE, por ejemplo, a precios inferiores a los que prevalecen en el mercado de origen (ver también la Sección 6.4.1). Por otro lado, si las importaciones de un producto específico aumentan en forma abrupta y causan daños a la industria local, se puede aplicar salvaguardias que incluyan el incremento de la tarifa arancelaria. La OMC ha establecido normas multilaterales para el uso de salvaguardias, a fin de evitar su uso para efectos proteccionistas.

Más información sobre salvaguardias disponible en http://europa.eu/legislation_summaries/external_trade/r11002_es.htm.

La UE puede también suspender temporalmente las tarifas arancelarias. Esto se aplica a materias primas que pueden ser utilizadas por importadores de la UE sin adherirse obligatoriamente a las normas del AEC (más información disponible en <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:287:FULL:ES:PDF>). Las solicitudes de suspensiones arancelarias son presentadas por los Estados Miembros en favor de ciertos sectores. La lista de los productos susceptibles a reducciones arancelarias se encuentra en la base de datos

³⁴ [http://www.acpsec.org/geneva/focalpoint2_en/Annex%201\(g\)Tariff%20Escalation%20in%20Agriculture%20EN.doc](http://www.acpsec.org/geneva/focalpoint2_en/Annex%201(g)Tariff%20Escalation%20in%20Agriculture%20EN.doc).

³⁵ Los picos arancelarios son aranceles relativamente altos con valores que se encuentran muy por encima del nivel medio del arancel y que suelen aplicarse a productos “sensibles”.

“Suspensiones Arancelarias Autónomas”, en la siguiente pagina web http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds/sushome_es.htm.

Para productos de países en desarrollo como Centroamérica y Panamá, la UE da acceso libre de aranceles o aplica tarifas preferenciales (más bajas que las tarifas normales). Estos aranceles bajos han sido pactados en diversos acuerdos de comercio internacional y también en acuerdos de la OMC, como el “Sistema Generalizado de Preferencias” (SGP) y el “SGP+” que se explica a continuación.

Aranceles preferenciales (SGP y SGP+)

La UE aplica determinados aranceles preferenciales para países en desarrollo, como Centroamérica y Panamá, bajo los auspicios del SGP y del SGP+. Al realizar la exportación, el exportador debe cumplir con ciertos requisitos para que dichos aranceles le sean aplicables. Esos requisitos se describen a continuación (en el punto “*Cumplir con los requisitos del SGP*” en de la Sección 6.1.2).

6.1.2 Recomendaciones a los exportadores

Clasificación arancelaria

Los aranceles se aplican con base en el valor del producto al cual se vende dentro de la UE (el precio de “transacción”) y no con base en sus propiedades. El valor incluye la comisión, las tasas, los gastos de transporte y el manejo de los bienes cuando arriban a la UE. No incluye los aranceles ni los gastos que se incurren luego del arribo a destino.

Este valor se puede determinar con base en el Código Aduanero Comunitario (CAC) (http://europa.eu/legislation_summaries/other/111010_es.htm) y las Regulaciones de la Aplicación de Aduana (http://ec.europa.eu/taxation_customs/resources/documents/ccvt_es.pdf).

Para determinar qué tarifa se debe aplicar a un producto, el producto debe ser clasificado. Dicha clasificación es responsabilidad del importador y se realiza siguiendo los pasos que se describen a continuación:

1. El Sistema Armonizado de los productos básicos adoptado por la Organización Mundial de Aduanas (OMA) determina los códigos de los productos básicos en seis dígitos.

2. Estos seis dígitos son la base para adoptar el AEC. La “Nomenclatura Combinada” (NC) es la clasificación de la UE que se divide en ocho dígitos: http://ec.europa.eu/eurostat/ramon/nomenclatures/index.cfm?TargetUrl=LST_NOM_DTL&StrNom=CN_2009&StrLanguageCode=ES&IntPcKey=&StrLayoutCode=HIERARCHIC&IntCurrentPage=1.
3. En base al código de la NC, el exportador puede buscar el código de diez dígitos para cada producto que se llama “código TARIC” (el arancel integrado de las Comunidades Europeas –http://europa.eu/legislation_summaries/customs/111003_es.htm). El código TARIC se puede buscar en la base de datos de la UE (que se explica a continuación) utilizando el código de ocho dígitos de la NC. Cuando se ha establecido el código TARIC, es posible encontrar en la base de datos TARIC todas las tarifas arancelarias aplicables por producto y por país de origen.

La siguiente tabla describe la estructura de un código TARIC.

Tabla 6.2
La estructura del Código TARIC

Tipo de Código	Ejemplo
Código del Capítulo del Sistema Armonizado (dos dígitos)	Ej. 18: Cacao y sus preparaciones.
Código del título del Sistema Armonizado (cuatro dígitos)	Ej. 1806: Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao.
Código del subtítulo del Sistema Armonizado (seis dígitos)	Ej. 1806 10: Cacao en polvo con adición de azúcar u otro edulcorante.
Código NC (ocho dígitos)	Ej. 1806 10 15: sin sacarosa o isoglucosa o con un contenido inferior al 5 % en peso, incluido el azúcar invertido calculado en sacarosa.
Código TARIC (diez dígitos)	Ej. 1806 10 15 00.

Fuente: Adaptado de Foreign Agricultural Service US Mission to the EU, 2009³⁶.

³⁶ <http://www.fas.usda.gov/posthome/useu/import.html> consulta marzo 2010.

Para establecer el código TARIC del producto que se quiere exportar, visite el sitio web: http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds/tarhome_es.htm y siga los siguientes pasos:

- Diríjase a la sección “Descripción TARIC” e introduzca el nombre del producto (por ejemplo, “cacao”);
- Busque el producto específico en el listado (por ejemplo, “Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao”) y verifique el código de diez dígitos (p. ej., 1806000000);
- Regrese a http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds/tarhome_es.htm y haga clic en “Código TARIC”.
- Introduzca el código TARIC (p.ej. 1806000000) y el país de origen (p.ej., Guatemala).
- Por último, haga clic en “Derechos de aduana” para verificar la tarifa preferencial de SGP (+) para el producto y el país. Cualquier beneficio adicional para el país exportador se incluirá en la tarifa. Se incluyen también las tarifas arancelarias normales, denominadas “Nación Más Favorecida” (NMF), para países no comunitarios.³⁷

La clasificación del producto puede ser difícil porque existen muchas condiciones impuestas tanto por la UE como por la OMC. Por eso, la UE emite las **Regulaciones para la Clasificación y Notas Explicativas** que deben consultarse cuidadosamente cuando se desee identificar un código para un producto (<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2009:302:0002:0002:ES:PDF>).

Por ejemplo, la última versión describió la diferencia entre varios tipos de whisky de malta y los códigos para cada uno. Además, se deben consultar las **Reglas Generales para la Interpretación de la NC (RGI)**, (<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:1999:278:0011:0012:ES:PDF>).

³⁷ Si un producto no goza de una tarifa preferencial ello puede ocurrir porque este producto no está incluido en el SGP (la lista de productos incluidos se encuentra en el Anexo II de la Regulación 732/2008: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:211:0001:0039:ES:PDF>), o bien, el sector al cual pertenece el producto se clasifica por país (para clasificación de sectores, vea la regulación vigente sobre la implementación de la clasificación en el sitio web del SGP).

Dado que existen excepciones detalladas, los exportadores deberán analizar cada clasificación del producto en forma individual, ya que aun ciertas diferencias mínimas entre productos pueden tener un impacto sobre las medidas aplicables. Aquellos exportadores que, luego de seguir los pasos anteriores y consultar la base de datos de “Información Arancelaria Europea Vinculante (IAV) (http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds/ebticau_es.htm), siempre necesiten una clarificación de los aranceles que corresponden a sus productos, pueden dirigirse a la agencia nacional de promoción de exportaciones de su país (véase la Sección 0). Los exportadores también pueden contactarse con la autoridad aduanera del Estado Miembro correspondiente para conseguir dicha información (IAV). En este caso, hay que enviar un formulario de solicitud de IAV (http://ec.europa.eu/taxation_customs/resources/documents/bti_application_form-es.pdf). En este formulario, el exportador debe completar todas las partes, 1 – 13, con información sobre el producto, que incluye una descripción detallada y el código de la nomenclatura. Los datos de contacto de estas autoridades se encuentran en la Gaceta Oficial, edición C 230/11 (<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2009:230:0011:0015:ES:PDF>).

Cumplir con los requisitos del SGP

Si se ha establecido que el SGP o el SGP+ se aplica al producto, existen varios requisitos que deben cumplirse para que las tarifas preferenciales se apliquen en cada caso:

- Los productos deben originarse en un país considerado como beneficiario elegible de la aplicación del SGP (<http://exporthelp.europa.eu/thdapp/rulesoo/inputform.jsp?languageId=EN&CFID=2323420&CFTOKEN=64636705&jsessionid=6430e726cc8424135d32&newLanguageId=ES>);
- Los productos deben ser transportados directamente desde el país beneficiario hacia la UE.

La Unión Europea utiliza diversos criterios para determinar el origen de un producto. Estos incluyen criterios técnicos (por ejemplo, los procesos de producción), el valor agregado (por ejemplo, el porcentaje límite de material importado contenido en el producto) u otros criterios (por ejemplo, una asignación diferente de un código de tarifa arancelaria o una clasificación diferente del producto por parte de la aduana). Para comprobar el origen de un bien o de un producto importado por la UE, se debe presentar un Certificado de origen, formato A ante la autoridad aduanera competente de la

UE o si el valor de los productos es menor a 6 000 euros,³⁸ se podrá presentar una factura en vez del formato A (la información de contacto de las autoridades se encuentra disponible en: http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds/cgi-bin/aeocsrdccaquery?Lang=ES. El siguiente enlace incluye un ejemplo del formulario: http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2009/june/tradoc_143726.pdf, únicamente disponible en inglés y francés).

Para obtener este certificado, los exportadores deben solicitarlo a las autoridades competentes de su país (generalmente, son las autoridades nacionales que autorizan las exportaciones – véase la Sección 4.2 para la información de contacto). Estas autoridades verifican si el producto cumple los requisitos para estar incluido en el SGP o el SGP+. Una vez que hayan verificado el origen del producto, las autoridades emitirán una constancia que certifique que los productos cumplen con las normas de origen del SGP; dicha constancia tiene una vigencia de diez meses. Luego puede completarse el Certificado de origen formato A (el siguiente sitio web tiene instrucciones detalladas para completar el formulario: <http://www.comercio.gov.ar/web/index.php?page=350&btn=161&PHPSESSID=c6f392cc893dc1e5cd7d7f6479339000>) y entregarse a las autoridades del país de destino. Para más información sobre estos procesos, véase la Sección 4.2 donde se describe el proceso en cada país de Centroamérica.

Para la región centroamericana, es de particular relevancia la norma SGP conocida como “Acumulación Regional de Origen” (véase el artículo 6 del siguiente documento para más detalles: <http://www.unctad.org/sp/docs/tbgspnorwayd36.sp.pdf>). Esta norma implica que los bienes que se importan desde países miembros de un mismo grupo regional podrán ser exportados por un país miembro del mismo grupo y serán reconocidos como originarios del país exportador permitiendo que el producto, de esta manera, cumpla con las normas preferenciales de origen. Existen tres grupos que pueden beneficiarse de esta norma de acumulación regional de origen:

- Grupo 1: Borneo-Darussalam, Camboya, Indonesia, Laos, Malasia, Filipinas, Singapur, Tailandia y Vietnam.
- Grupo II: Bolivia, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá, Perú y Venezuela.

³⁸ <http://exporthelp.europa.eu/display.cfm?page=cd/GSP.html&docType=auxi&languageId=EN>, Enlaces en español..

- Grupo III: Bangladesh, Bután, India, Maldivas, Nepal, Pakistán, Sri Lanka.³⁹

A continuación, se presenta un resumen de la información anterior donde se describe paso a paso el proceso que debe realizar un exportador para ser considerado beneficiario del SGP:

Guía del Exportador para SGP:

- **Paso 1 > Establezca la clasificación del producto y su tarifa arancelaria.**

Véase la Sección 6.1.1 donde se explica cómo encuentra su código TARIC en la base de datos de la UE: http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds/tarhome_es.htm

- **Paso 2 > Verifique el criterio de origen.**

Asegúrese de que el producto cumple con el criterio de origen de la UE, tal como se describe en <http://exporthelp.europa.eu/thdapp/rulesoo/inputform.jsp?languageId=EN&CFID=2323420&CFTOKEN=64636705&jsessionId=6430e726cc8424135d32&newLanguageId=ES>.

- **Paso 3 > Verifique las condiciones de consignación.**

Asegúrese de que el transporte de los bienes desde el exportador beneficiario hacia la UE reúne los requisitos establecidos en las normas de origen.

- **Paso 4 > Prepare la documentación.**

Complete el Certificado de origen formato A o la factura correspondiente para entregar a la autoridad competente en el país de destino en la UE.

- **Paso 5 > Embarque el producto y presente la documentación a las autoridades aduaneras de la UE.**

Normalmente, es el importador quien presenta la documentación a las autoridades (el exportador tiene que ponerse de acuerdo con el importador). Esto se hace de manera diferente en cada Estado Miembro. La información de contacto de las autoridades se encuentra disponible en el siguiente enlace: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2009:230:0011:0015:ES:PDF>

Adaptado de: http://www.unctad.org/en/docs/itcdtsbmisc25rev3_en.pdf

Más información sobre los pasos 2 al 4 disponible en la siguiente guía: <http://www.delury.ec.europa.eu/pdfs/PUBLICATION%20spg%20es%20mARCH04.pdf> (español) o http://ec.europa.eu/taxation_customs/customs/customs_duties/rules_origin/preferential/article_839_en.htm (inglés) o alguna de las publicaciones siguientes: <http://www.unctad.org/TEMPLATES/Page.asp?intItemID=4317&lang=3>.

³⁹ <http://www.unctad.org/TEMPLATES/Page.asp?intItemID=1418&lang=3> consulta marzo 2010.

Excepciones al SGP

Ciertos países, sectores y productos pueden ser excluidos o “graduarse” del esquema SGP (ver también la Sección 1.7). Esto ocurre si el país alcanza un nivel satisfactorio de desarrollo, ya que las preferencias están dirigidas hacia los países que más las necesitan. Asimismo, un sector puede alcanzar un alto grado de competitividad internacional y, en consecuencia, ser excluido del SGP. Si las importaciones de un producto determinado afectan negativamente a los productores de la UE, el producto puede ser sujeto a salvaguardias. En el caso de prácticas inaceptables o no sostenibles, como el lavado de dinero, las preferencias podrán retirarse temporalmente como un mecanismo para que estas prácticas se reajusten o restablezcan. Esto es así porque uno de los objetivos del SGP es fomentar el desarrollo sostenible y las prácticas de producción que no dañan el ambiente. Los productos que no se incluyen en el SGP se encuentran en el Anexo II de la Regulación 732/2008: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:211:0001:0039:ES:PDF>.

6.2 IMPUESTOS

6.2.1 Panorama general

Impuesto al Valor Agregado (IVA)

Todos los productos vendidos e importados a la UE están sujetos a la aplicación del Impuesto al Valor Agregado (IVA). Dicho impuesto es un impuesto general directamente proporcional al precio de los bienes y servicios. Las tasas varían entre los Estados Miembros y dentro de ellos, pero existe un acuerdo sobre el tipo de transacción a los cuales se aplica el IVA así como sobre la base de su valoración. La cantidad imputable a los productos incluye el valor del producto, más los aranceles aduaneros y cualquier otro impuesto de importación, al igual que los costos suplementarios hasta el arribo del producto a su destino final (por ejemplo, costos de empaque (embalaje, manejo en puerto de origen), de transporte (marítimo y aéreo) y de seguros (de bienes transportados y de responsabilidad de la empresa de transporte): http://exporthelp.europa.eu/thdapp/taxes/show2Files.jsp?dir=/taxes/notes&reporterId1=EU&file1=ehit_eu10_00v001/eu/main/ovr_vat_eu_0612.htm&reporterLabel1=EU&label=&languageId=es&status=PROD.

La Directiva 2006/112EC es la legislación que respalda este enfoque colectivo. En general, la tasa aplicada es del 15 por ciento del valor del producto como mínimo; por ejemplo, en Alemania es del 19%; en Francia, 19,6%; en el Reino Unido, 15%. Existen ciertos productos, enumerados en una lista taxativa, a los que los Estados Miembros pueden aplicar un máximo de dos tasas menores (no inferiores al 5%): http://exporthelp.europa.eu/thdapp/taxes/show2Files.jsp?dir=/taxes/notes&reporterId1=EU&file1=ehit_eu10_00v001/eu/main/ovr_vat_eu_0612.htm&reporterLabel1=EU&label=&languageId=es&status=PROD#EU_AL.

Entre los bienes que pueden venderse a una tasa menor que la del IVA se encuentran los alimentos, el agua y los productos farmacéuticos (listado completo disponible en http://exporthelp.europa.eu/thdapp/taxes/show2Files.jsp?dir=/taxes/notes&reporterId1=EU&file1=ehit_eu10_00v001/eu/main/ovr_vat_eu_0612.htm&reporterLabel1=EU&label=&languageId=es&status=PROD#EU_RATES). Sin embargo, existen algunas excepciones y derogaciones para ciertas instancias (Artículo 2, 6ta Directiva, IVA), como por ejemplo:

- Productos en almacenamiento temporal.
- Productos bajo custodia en almacenes aduaneros o zonas libres.
- Productos bajo arreglos de procesamiento interno.
- Productos en tránsito.
- Productos para importación temporal.
- Muestras y productos publicitarios.

El IVA se paga como parte de los aranceles aduaneros (véase la Sección 6.1). La información relativa a este punto debe introducirse en el Cuadro 47 del **Documento Único Administrativo (DUA)** que forma gran parte de la documentación necesaria para la autorización de importaciones a la UE (véase la Sección 4.1.2). Más información sobre el IVA disponible en http://exporthelp.europa.eu/thdapp/taxes/show2Files.jsp?dir=/taxes/notes&reporterId1=EU&file1=ehit_eu10_00v001/eu/main/ovr_vat_eu_0612.htm&reporterLabel1=EU&label=&languageId=es&status=PROD#EU_AL.

Impuestos sobre consumos específicos

El impuesto al consumo se aplica a ciertos productos al momento de su importación, de conformidad con la Directiva CEE 92/12 (<http://eur-lex.europa.eu/JOHtml.do?uri=OJ:L:2009:009:SOM:ES:HTML>). Estos productos incluyen bebidas alcohólicas, productos relacionados a la energía, la electricidad y el tabaco manufacturado (http://ec.europa.eu/taxation_customs/taxation/excise_duties/gen_overview/index_es.htm). Los impuestos adicionales se reflejan en precios más altos para los consumidores. Este impuesto se aplica a un producto si tiene impacto sobre la salud pública, el ambiente y el uso de la energía. Al igual que el IVA, la tasa del impuesto varía según el Estado Miembro de que se trate, aunque existe un nivel mínimo de tasación en la UE. El nivel de impuesto para importaciones es igual a los impuestos aplicados a bienes producidos dentro de la UE. El impuesto al consumo se paga en el país de consumo, lo cual significa que la mercadería sobre la que se puede aplicar el impuesto puede ser transportada de un Estado Miembro a otro y pagarse en el destino final.

Más información sobre ambos tipos de impuestos disponible en http://ec.europa.eu/taxation_customs/taxinv/welcome.do.

6.2.2 Recomendaciones a los exportadores

Los exportadores deberán verificar la tasa de IVA aplicable en el Estado Miembro específico, Véase:

(http://ec.europa.eu/taxation_customs/resources/documents/taxation/vat/how_vat_works/rates/vat_rates_en.pdf). Las tasas de IVA derogables se definen en la Comunicación de la UE (2007) 380. ([http://ec.europa.eu/taxation_customs/resources/documents/taxation/vat/how_vat_works/rates/COM\(2007\)380_en.pdf](http://ec.europa.eu/taxation_customs/resources/documents/taxation/vat/how_vat_works/rates/COM(2007)380_en.pdf)). Algunos productos, como los utilizados en exposiciones comerciales (por ejemplo, en muestras), pueden estar exentos de IVA.

Si el exportador comercializa productos a los cuales se aplica el Impuesto al Consumo (por ejemplo, bebidas alcohólicas, productos relacionados a la energía, la electricidad y el tabaco), deberá consultar las **Tablas del Impuesto al Consumo** que se publican en la UE para cada una de las tres categorías:

- **Alcohol:** el Impuesto al Consumo sobre bebidas alcohólicas (por ejemplo, productos terminados) podría corresponder a una cifra que oscila entre el 12%

(por ejemplo, vino en Luxemburgo) y el 25% (por ejemplo, cerveza en Hungría)(http://ec.europa.eu/taxation_customs/resources/documents/taxation/excise_duties/alcoholic_beverages/rates/excise_duties-part_I_alcohol-en.pdf).

- **Productos relacionados con la energía:** el impuesto podría variar entre un 5% (ejemplo, gas de petróleo líquido en Chipre) y un 25% (ejemplo, gasolina en Dinamarca) (http://ec.europa.eu/taxation_customs/resources/documents/taxation/excise_duties/energy_products/rates/excise_duties-part_II_energy_products-en.pdf).
- **Tabaco:** el impuesto podría variar entre un 1,47% (por ejemplo, puros en Alemania) y un 59% (por ejemplo, tabaco de corte fino en Grecia) (http://ec.europa.eu/taxation_customs/resources/documents/taxation/excise_duties/tobacco_products/rates/excise_duties-part_III_tobacco-en.pdf).

Los exportadores pueden verificar en el **Sistema para el Intercambio de Datos de Impuestos Especiales (SEED**, por sus siglas en inglés) estas tasas de impuesto y qué categoría de productos se pueden exportar que estén exentos del Impuesto al Consumo (http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds/seedcau_es.htm). Pueden consultarlo introduciendo en la base de datos el Número del Impuesto Especial que se obtiene de las autoridades aduaneras en cada Estado Miembro.

6.3 CUOTAS

6.3.1 Cuotas y contingentes arancelarios

Las cuotas son restricciones impuestas a las cantidades de importación o exportación de un producto para regular su oferta o para garantizar que se cumplan ciertas normas sanitarias. En el pasado, las cuotas fueron muy utilizadas para regular los textiles, la ropa y las importaciones agrícolas, pero se eliminaron gradualmente cuando los acuerdos de la OMC estipulaban que las restricciones cuantitativas en el comercio internacional se sustituyeran por tarifas arancelarias. No obstante, la UE todavía hace uso de contingentes arancelarios (TRQs, por sus siglas en inglés), que se pueden aplicar a productos de cualquier origen, y también de techos arancelarios

que se pueden aplicar a productos importados por la UE amparados por tratados comerciales preferenciales (como el de UE-Centroamérica http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds/qotcau_es.htm). Los contingentes arancelarios representan una tarifa relativamente baja que se aplica a una cierta cantidad de importaciones, pero cuando el total de las importaciones de estos productos sobrepasa ciertos límites, se aplica una tarifa más elevada. La UE tiene aproximadamente 90 contingentes arancelarios que se aplican con base al orden de llegada. Los contingentes se reanudan cada enero (véase <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2010:003:0001:0006:ES:PDF> para verificar las cuotas de enero de 2010).

6.3.2 Cuotas a procesamiento comercial hacia afuera

La importación de ciertos productos debe estar autorizada por el **Sistema Integral de Gestión de Licencias (SIGL)**. Estos productos son textiles, zapatos, ropa y acero. Las cuotas aplicables a los textiles y a la ropa son de particular interés para los centroamericanos. Las cuotas de procesamiento comercial hacia afuera pueden encontrarse en la base de datos del SIGL (véase http://trade.ec.europa.eu/sigl/querytextiles.htm#_opt).

Este proceso es muy importante en relación con las reglas de origen (http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2009/september/tradoc_144631.pdf) y los exportadores deben asegurar que cumplen con los requisitos.

6.3.3 Recomendaciones a exportadores

Los exportadores deberán tener en cuenta la base de datos del código TARIC http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds/tarhome_es.htm y el siguiente vínculo: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:1994R0738:19960601:Es:PDF> que brinda información detallada sobre las cuotas. El código TARIC ofrece un número de seis dígitos e información sobre las cuotas actuales, por lo que se necesita el código del producto para verificarlo. Este código podrá introducirse a la base de datos de Impuestos y Aduana de la Unión Europea: http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds/cgi-bin/qotquer?Lang=ES&Offset=1&ListOrd=0&OrdNumb=&Country=. Esta base de datos se actualiza a diario para establecer el progreso en el cumplimiento de la cuota de un producto específico. Si los Estados Miembros consideran que las importaciones de ciertos productos son excesivas y presentan un riesgo para

los productores locales, pueden solicitar la inserción de ciertos productos en el sistema de cuotas. Las resoluciones a estas solicitudes se publican en enero y julio como reformas a la Regulación del Consejo 7/2010 (<http://eur-lex.europa.eu/Notice.do?mode=dbl&lang=en&ihmlang=en&lng1=en,nl&lng2=bg,cs,da,de,el,en,es,et,fi,fr,hu,it,lt,lv,nl,pl,pt,ro,sk,sl,sv,&val=429124:cs&page>).⁴⁰

6.4 OTRAS MEDIDAS

6.4.1 Competencia desleal (*antidumping*)

Ante una sospecha de competencia desleal, como el subsidio a algún producto u oferta de un producto a precios inferiores a los que prevalecen en el país de origen, la UE puede introducir medidas de *antidumping* para esos productos específicos a través de la Dirección General de Comercio⁴¹ (Regulación 384/96, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:1996R0384:19980701:ES:PDF>). Al investigar una acusación y comprobar su veracidad para el 25% del mercado de la UE, se podrán tomar medidas a través del Comité Consultivo de Competencia Desleal, en el cual está representado cada Estado Miembro de la UE, para proteger a los productores del mismo producto. Estas medidas generalmente consisten en agregar un impuesto *ad valorem* a pagarse al momento de efectuarse la importación y esas medidas pueden durar cinco años. Para comenzar una investigación, véase: http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2006/december/tradoc_112296.pdf.

6.4.2 Licencias de importación

Algunos productos requieren de una licencia de importación para ingresar en la UE. Este es el caso de los productos sujetos a restricciones de tipo cuantitativo (por ejemplo, textiles y ropa), pero también para ciertos productos sensibles o de carácter estratégico, como bebidas alcohólicas, armas y armamento, ciertas drogas y químicos, y algunos productos alimenticios (<http://eur-lex.europa.eu/JOHtml.do?uri=OJ:L:2008:114:SOM:Es:HTML>; <http://eur-lex.europa>.

⁴⁰ La regulación anterior, 2505/96, fue cancelada en enero de 2010.

⁴¹ La Comisión Europea está formada por 27 Direcciones Generales, que se encargan de temas específicos.

eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:1994R0738:19960601:Es:PDF). Para productos textiles y zapatos, véase <http://trade.ec.europa.eu/sigl/>; y para productos agrícolas, véase <http://eur-lex.europa.eu/JOHtml.do?uri=OJ:L:2008:114:SOM:ES:HTML>.

Algunos de estos productos pueden estar sujetos a vigilancia (como una medida contra el fraude aduanero o la desviación comercial). Para obtener información más detallada, puede verificarse la base de datos “*Surveillance Consultation*” (Consulta de Vigilancia) (http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds/survhome_es.htm). Si un producto es vigilado, su importación no será necesariamente restringida como en los casos de competencia desleal (*antidumping*), pero la importación sí será monitoreada cuidadosamente. Debe obtenerse un **Documento de Vigilancia Comunitario** (licencia de importación) para productos clasificados bajo esta categoría. Las licencias son emitidas por las autoridades aduaneras de los Estados Miembros y suelen ser válidas en toda la UE, a menos que estos productos estén sujetos a cuotas impuestas por ciertos Estados Miembros.

Para obtener una licencia de importación, el importador deberá presentar una solicitud a la entidad correspondiente. No obstante, el proveedor (por ejemplo, el exportador centroamericano) debe suministrar al importador (por ejemplo, su cliente en la UE) un documento original (por ejemplo, un conocimiento de embarque o despacho aéreo) y una copia de la factura. El dictamen de las solicitudes se emite dentro de los cinco días hábiles y la licencia correspondiente es válida por seis meses.⁴²

6.4.3 Prohibiciones

En algunos casos, la UE puede prohibir la importación de ciertos bienes. Estas prohibiciones se aplican a productos peligrosos, como desechos químicos, productos pirateados o de contrabando, fauna y flora protegidas (por ejemplo, productos hechos con coral) (véase http://ec.europa.eu/food/animal/animalproducts/index_es.htm y <http://www.unep-wcmc.org/species/trade/eu/traderef.html>).

⁴² <http://www.hktde.com/infor/mi/a/bgeu/en/1X002X54/1/Guide-to-Doing-Business-with-EU/2-9-EU-Import-Regulations.htm> consulta enero 2010.

Otros productos pueden estar prohibidos por consideraciones de salubridad o seguridad, por ejemplo, medicinas, pesticidas, plantas, alimentos y productos eléctricos (<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31987L0357:Es:HTML>). Anteriormente, la UE canceló la importación de un gran número de productos alimenticios, incluidos alimentos y productos avícolas genéticamente modificados. Aquellos exportadores que manejen productos sensibles deberán mantenerse actualizados, a través de los boletines de prensa emitidos por la UE, sobre las restricciones aplicadas al grupo de sus productos.

Más información útil sobre las temas en esta etapa disponible en:

- Centro Regional para la Promoción de la Micro y Pequeña Empresa en Centroamérica (CENPROMYPE): <http://www.sica.int/cenpromype/>.
- Sistema de Información sobre la Microempresa en América Central (SIPROMICRO): <http://www.sipromicro.org/index.php>.
- Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social (FUSADES) (El Salvador): <http://www.fusades.org/?art=1758>.
- Guate PYMES (Guatemala): <http://www.guatepymes.com/index.php>.
- Red de Microfinancieras de Honduras: <http://www.redmicroh.org/index.php>.
- Asociación de Productores y Exportadores de Nicaragua (APEN): <http://www.apen.org.ni/>.

6.5 RECOMENDACIONES Y CONSEJOS

Qué hacer	Qué no hacer
• Seleccionar el Incoterm con respecto al tipo de transporte que utilizará para su producto. • Informarse sobre el Incoterm que usted y su importador acuerden antes de enviar su producto y antes de firmar cualquier contrato. • Verificar tarifas o impuestos para su producto en las páginas web sugeridas; la mayor parte de la	• Desaprovechar la oportunidad de conocer la experiencia de otros exportadores en su país a través de Federaciones o Asociaciones de exportadores.

información se actualiza periódicamente. • Preguntar a su importador si necesita algún documento de su parte y qué documentos necesitaría para poder realizar trámites de tarifas e impuestos en el país de destino (si aplica). • Asegurarse de que tiene todos los documentos listos para enviar su producto. La falta de documentación o el envío de documentos completados incorrectamente puede traerle problemas en cuanto al pago de multas o la pérdida de su carga (verifique al firmar el contrato que este aspecto sea incluido y que esté aclarado). • Tratar de asegurar su carga. Pregunte a su empresa de seguros sobre este tema o acérquese a su línea de transporte; ellos deben tener opciones.	
---	--

Recomendaciones (de Organizaciones de apoyo en Centroamérica)

- “Como potencial exportador, usted tiene que capacitarse en aspectos de exportación y obtener toda la información posible sobre el proceso de exportar y luego buscar información sobre el mercado” (Cámara de Comercio e Industrias, El Salvador).
- “Algunas veces el importador se convierte en un co-inversionista de su empresa, esto a través de la construcción de una sólida relación con el cliente; primero, enviando productos de calidad y segundo, cumpliendo con los acuerdos y compromisos” (Centro de Exportaciones e Inversión, Nicaragua).

Sitios Web de interés y su descripción

Páginas web de interés	¿Qué encontrará aquí?	Recomendaciones para la página
http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds/cgi-bin/tarchap?Lang=ES	Aquí puede buscar el código o la partida arancelaria para su producto, caracterizándolo en los diferentes grupos disponibles. Este código es parte de un sistema armonizado a nivel mundial (HS Code, por sus siglas en inglés) que funciona para determinar características específicas para cada	• Definiendo el código HS o la partida arancelaria facilitará la búsqueda de información sobre su producto, tanto la información de mercado en otras páginas ya mencionadas anteriormente como la información de aranceles e impuestos a los que está sujeto. • En la página, presione en “acceso dirigido”; esto lo llevará a un listado de grupos de productos, en donde puede ir seleccionando el que más se

Páginas web de interés	¿Qué encontrará aquí?	Recomendaciones para la página
	producto.	ajusta a las características de su producto para definir su código o partida arancelaria. Entre más específico sea el código o partida arancelaria, más precisa será la información que obtendrá.
http://www.iccwbo.org/incoterms/id3042/index.html	Información completa sobre Incoterms y sus aplicaciones.	La página web está en inglés por lo que deberá utilizar un traductor en línea. Existe también información sobre Incoterms en la página web de las oficinas de promoción de exportaciones en su país; por ejemplo, AGEXPORT, de Guatemala.
http://exporthelp.europa.eu/index_es.html	Información de aranceles e impuestos aplicados para diferentes productos; se puede especificar la búsqueda utilizando la partida arancelaria o el código del producto. Además, incluye información sobre el Sistema de Preferencias Generalizadas, estadísticas de importación, etc.	- Esta página web está disponible en español. - Trate de buscar los requisitos y los aranceles para su producto utilizando la partida arancelaria o el código HS de su producto.
http://ec.europa.eu/taxation_customs/index_en.htm	Todo sobre el sistema de impuestos y aduanas en la UE por país.	Consulte la base de datos electrónica de la página para obtener información sobre cada país.

7. EJEMPLOS DE EMPRESAS QUE EXPORTAN A EUROPA

7.1 ESTUDIO DE CASO: EXPORTACIÓN DE DULCE ORGÁNICO HACIA FRANCIA

Han pasado 19 años desde la formación de la Asociación de Productores de Dulce, ASOPRODULCE, en los cuales no sólo se ha crecido en número de socios, sino también en experiencias tanto de producción como de comercialización. La Asociación se formó con el fin de comercializar como una unidad y obtener mejores precios.

Mucho antes de pensar en la exportación, la Asociación inició procesos de certificación orgánica para algunas fincas de sus socios y fue esta iniciativa la que permitió que se tuvieran mayores posibilidades de exportar a Europa años más tarde.

Empresa: Asociación de Productores Orgánicos de Dulce, ASOPRODULCE
Ubicación: Jaris de Mora, Costa Rica
Establecida en: 1990
Producto: Jugo deshidratado de caña ó azúcar morena (panela granulada).
Productores asociados: 24 socios activos.
Países a los que exporta en la UE: Francia.
Volumen exportado al año a la UE: 80 toneladas de jugo de caña deshidratado.

En su proceso de aprendizaje y de certificación, la ASOPRODULCE tuvo que comercializar su producto orgánico localmente como si fuese un producto convencional, debido a que no existía en ese momento una preferencia de precios hacia este tipo de productos que no dañan el medioambiente. Más adelante, se realizaron intentos de exportar a Suiza e Inglaterra entre 1998 y el 2002, pero ninguna de las dos negociaciones fue duradera debido a que no se tuvo la capacidad suficiente para satisfacer las necesidades de volumen de los clientes. Luego, debido a su condición de productores pequeños, fueron asesorados por una certificadora regional, para obtener la certificación FLO (*Fair Trade Labelling Organization*), relacionada con la responsabilidad social y el comercio justo. Ya con dos importantes certificaciones, la Asociación fue contactada por un importador francés, quien encontró información sobre la Asociación en la página web de FLO.

ASOPRODULCE empezó a exportar a Francia hace tres años. Cuando se inició el proceso de exportación en 2007, la Asociación aún no contaba con la maquinaria necesaria para el empaque y el tamizado (necesario en el proceso de producción) del producto, por lo que esto se realizó a través de otra empresa maquiladora en Costa Rica. Hasta hace unos meses, en 2009,

ASOPRODULCE realizó las gestiones financieras necesarias y pudo hacer las inversiones para realizar todo el proceso de tamizado y empaque sin intermediarios, y están por completar su primera exportación con estos nuevos cambios.

Actualmente, ASOPRODULCE cuenta con 63 socios; algunos son fundadores y otros honorarios, pero no todos son miembros activos. Alrededor de 24 socios son socios activos y cuentan con las certificaciones; entre todos, cultivan unas 37 hectáreas de caña de azúcar para la producción de dulce granulado orgánico.

El producto se comercializa a un comprador en Francia, como jugo deshidratado de caña (aunque su consistencia es sólida) y como es exportado como materia prima no está sujeto al pago de aranceles. La Asociación exporta, aproximadamente, 80 toneladas de jugo deshidratado de caña al año, el cual, aparte de cumplir con requerimientos de certificación orgánica y comercio justo, también debe ser empacado en sacos de 20 kilogramos. Las negociaciones se han realizado directamente con el cliente, quien se dedica a la fabricación y la distribución de productos orgánicos.

El presidente de la Asociación, el Sr. Alberto Rodríguez, manifiesta que todos los requisitos a cumplir fueron difíciles, asegurando que la búsqueda y la obtención de financiamiento fue uno de los aspectos más difíciles, ya que era necesario para ellos realizar todo el proceso solos para poder tener un mejor margen de ganancia. Por otra parte, sostiene: “Lo que nos ha facilitado las cosas es que somos productores pequeños y orgánicos, esto tiene ventajas en el mercado Europeo, que se interesa no sólo por el ambiente sino también por el comercio justo”.

Junto con el apoyo de FLO en la promoción de su empresa a través de su página web y la consecuente negociación con un cliente en Europa, ASOPRODULCE también ha contado con el apoyo del Programa de Apoyo a Mercados Orgánicos para Centroamérica y El Caribe (PROAMO), que ha funcionado principalmente como soporte en aspectos técnicos de la producción y el procesamiento bajo estándares orgánicos.

Como lecciones aprendidas, el Sr. Rodríguez manifiesta que es importante asegurar el financiamiento de todo el proceso antes de exportar: “Es importante contar con suficientes fondos y capital para asumir los compromisos de volumen y para tener la capacidad de esperar sin recibir pago por un tiempo; el pago no se recibe de inmediato al enviar el producto, claro que

debe negociar para obtener su pago a tiempo, pero normalmente se negocia para después de dos semanas o treinta días”. En este sentido, es importante que se planifiquen las inversiones en producción, procesamiento, materia prima y costos de transporte de tal forma que no existan vacíos para entregar el producto a tiempo.

En términos generales, la Asociación categoriza a su experiencia de exportación como buena y atribuye su éxito al esfuerzo de todos los asociados. Por último, agrega: “El exportador debe saber todo sobre el proceso de exportación que va a realizar, si cree que no puede, solo debe estar bien asesorado por expertos en el tema, tanto de negociación como de cumplimiento de requerimientos, debe tener claro qué va a vender (forma del producto, requisitos) y cómo (canales de distribución, costos, precios)”.

7.2 ESTUDIO DE CASO: PRODUCTOS NOSTÁLGICOS HACIA ESPAÑA

Desde 1995, ¡Ya Está! en Guatemala incursionó en el mercado de conservas y productos congelados. Desde sus inicios, la empresa incursionó de inmediato en el mercado americano, enfocada principalmente en el nicho de mercado de productos nostálgicos, dirigido particularmente a aquellas personas que viven en Estados Unidos con descendencia latinoamericana, atendiendo, como ellos mismos lo definen en su misión, las tradiciones alimenticias de la comunidad hispana.

Luego de 13 años de experiencia en Estados Unidos y de distribuir sus productos en Guatemala, El Salvador y México, ¡Ya Está! participa en dos Ferias en Europa: la primera, ANUGA, en Alemania, y la segunda “Alimentaria”, en España, en donde determina que existe un potencial para este último mercado para los productos nostálgicos. Es así como desde hace un año, en 2009, y a través de negociaciones directas con sus clientes, la empresa exporta productos a cuatro compradores en España, tres de los cuales distribuyen el producto utilizando una marca privada y uno utilizando una de las marcas de ¡Ya Esta! Todas las empresas importadoras son distribuidores de supermercados y tiendas en España.

Los productos varían dependiendo del tipo de mercado al cual se dirigen y se han realizado adaptaciones en los nombres para asegurar su aceptación por parte de los diferentes tipos de consumidores latinos. ¡Ya está! exporta, solamente a España, una variedad de frutas y vegetales congelados y en conserva, frijoles en grano, frijoles procesados (volteados) y tamales. Del total de la producción de la empresa, se considera que solamente un 1% está siendo exportado a Europa y, actualmente, después de participar en una feria alimenticia en Francia, la empresa se encuentra en un proceso de investigación sobre la oportunidad de incursionar a dicho mercado, con un producto similar al

Empresa: Conservas y Congelados ¡Ya Está! S.A.

Ubicación: Ciudad de Guatemala, Guatemala.

Establecida en: 1995.

Productos: Frutas y vegetales congelados y en conserva, frijoles molidos y enteros y tamales.

Nro. empleados: 500.

Empleos indirectos: 4000.

Países a donde exporta en la UE: España y algunas pruebas a Francia.

Volumen exportado al año a la UE: no disponible.

Página web: www.cocoguate.com

guacamole (fabricado con aguacate), pero con características particulares relacionadas al consumo de este producto en Francia, para el cual ya se realizaron algunas pruebas y exportaciones menores.

Fue gracias al apoyo de la Asociación Guatemalteca de Exportadores, AGEXPORT, y a su programa de apoyo a exportadores, que la empresa tuvo la oportunidad de conocer y participar en las diferentes ferias en las que ha participado. También ha contado con el apoyo del Ministerio de Economía, que ha financiado la participación y los viajes a Europa.

Entre los principales factores de éxito para ¡Ya está!, se puede mencionar su larga trayectoria y experiencia en la distribución de este tipo de productos en otros mercados, así como el cumplimiento de exigencias como HACCP (Puntos Críticos de Control), que representa uno de los principales requerimientos para exportar sus productos a España. Actualmente, no existen otros requerimientos relacionados con el ambiente o medidas de responsabilidad social relacionadas con este producto para el mercado al cual se dirigen. No obstante, el Gerente General de la empresa, el Sr. Francisco Menéndez, menciona la importancia de conocer y cumplir con los requerimientos específicos de entrada para cada país, como las regulaciones de etiquetado, el lenguaje a utilizar y las regulaciones generales fitosanitarias. Otro factor de éxito para la empresa, es el compromiso de transformar el producto a las necesidades del cliente, es decir, adaptaciones de empaque, etiqueta e incluso formulación.

Más allá de la participación en ferias comerciales en los países de interés, el Sr. Menéndez manifiesta que es de gran importancia conocer directamente el mercado destino de su producto. Así, el Sr. Menéndez sostiene que “la única forma de hacer una investigación de mercado para sus productos es viajar al destino, conocer a los clientes, ir a los restaurantes, ver qué se consume y quién vende los productos, esto, de la manera más simple y sencilla, le llevará al mercado”.

Además, refiriéndose a la facilidad de exportar a Europa agrega: “la gente hace muy enredado lo de las exportaciones, los principios de comercio son los mismos, la cosa es práctica y no es cierto que sea súper difícil, es cuestión de cumplir con requisitos. Si ya los cumple para otros mercados esto facilita el proceso. Al que nunca ha exportado, es pequeño y quiere llegar a Europa, yo le diría que primero debe ganar experiencia en otros mercados, venda en mercados regionales y después, con toda esa experiencia, vaya a Europa”.

Finalmente, exhorta a empresas que consideren que tengan potencial en Europa a estudiar su mercado meta y luego de analizar su viabilidad, hacer los esfuerzos para llegar a dicho mercado, comprendiendo toda la cadena de su negocio y calculando los costos y los precios de manera adecuada. A este respecto, agrega: “El precio que encuentra en los reportes y en Internet; y el precio de otros competidores no es exactamente lo que usted obtiene, usted tiene que calcular el precio desde sus costos, y chequear el mercado para ver las tendencias de precios y ver si después de los cálculos obtiene ganancias, tiene posibilidades y ganas de exportar”.

7.3 ESTUDIO DE CASO: EL CAFÉ Y EL COOPERATIVISMO EMPRESARIAL

En 1999, en la región oriental de Honduras, es fundada COCAFAL (Cooperativa Cafetalera Capucas Limitada), como una respuesta a las necesidades de 200 productores de café de la región en la búsqueda de mejores precios y más oportunidades para comercializar el producto. No fue hasta el año 2005, después de muchos esfuerzos e investigación, que la cooperativa consolida sus primeras exportaciones a los Estados Unidos. Un año después, dada su participación en la Feria Comercial ANUGA en Alemania y los contactos adquiridos, el café de Capucas también es exportado a la Unión Europea, siendo éste uno de los muchos pasos de un camino hacia el éxito.

Debido a que la cooperativa posee la tecnología para producir café hasta pergamino seco, las exportaciones se realizan a través de una alianza estratégica con dos exportadoras de la zona; dichas exportadoras escarifican el producto y una vez convertido en café oro, lo envían bajo el nombre de COCAFCAL. La cooperativa ha creado una red de cuatro clientes europeos (en Holanda, Alemania e Inglaterra) para los cuales en total se envían anualmente 500 toneladas al año (diez contenedores), utilizando la ayuda de un intermediario. Según su Gerente General, el Ing. Omar Rodríguez, la cooperativa es exitosa, pero se espera que en un futuro cercano se pueda acortar la cadena y exportar directamente, mejorando el margen de precio para sus productores.

Empresa: Cooperativa Cafetalera Capucas Limitada.

Ubicación: San Pedro de Copán, Honduras.

Establecida en: 1999.

Productos: Café oro.

Nro. empleados directos: 10.

Empleos indirectos: 3000.

Productores asociados: 200.

Países a donde exporta en la UE: Holanda, Alemania, Inglaterra.

Volumen exportado al año a la UE: 500 toneladas métricas de café oro, aprox. USD 7,500 en ventas.

Página web:

www.mycapucascoffee.com

Como el caso de COCAFCAL en Honduras, existen otras experiencias interesantes en la región, como UCOSEMUN en Nicaragua. En 1998, después de cinco años de trabajar como una cooperativa de segundo piso, se fundó UCOSEMUN (Unión de Cooperativas de Servicios Múltiples del Norte), la cual integra a más de 17,000 micro empresarios y productores, de los cuales 3,000 se dedican a la producción de café. UCOSEMUN exporta café oro a los Estados Unidos, vende algo de su producción procesada en Nicaragua, y desde hace dos años inició exportaciones de café oro a la Unión Europea, después de su participación en una feria comercial en Hamburgo, Alemania. La experiencia de la UE comenzó con un cliente de Francia, al cual se le enviaba el producto a través de una empresa en Costa Rica; pero, después de hacer negocios y contactar otros potenciales importadores en la UE, la cooperativa ahora vende directamente a sus clientes, dado que ello mejora sus márgenes de ganancia. UCOSEMUN produce y exporta café a Alemania, Bélgica, Holanda, Dinamarca e Inglaterra. UCOSEMUN exporta unas 5,000 toneladas de café oro al año.

Con respecto al apoyo recibido, COCAFCAL recibió respaldo de diferentes instituciones en Honduras, como FIDE (Inversión y Exportaciones), la cual cubrió los costos de todas las certificaciones obtenidas; la Federación de Agroexportadores, FPX, que ayudó a COCAFCAL en la participación en un taller con el CBI (Promoción de importaciones desde países en desarrollo)

en Holanda, en el cual pudo contactarse con nuevos clientes y obtener mayor información sobre el mercado de la UE, y la Secretaría de Agricultura y Ganadería de Honduras, que financió la participación de la cooperativa en la Feria ANUGA, donde se inició la visión de entrar en Europa y competir por mejores precios por parte de COCAFCAL. A su vez, cuenta con una red de voluntarios internacionales como el Cuerpo de Paz y “*Farmer to Farmer*”, de los cuales también han surgido algunos contactos comerciales. En el caso de UCOSEMUN, fue apoyada principalmente por el CEI (Centro de Exportaciones e Inversiones), una organización nicaragüense, de la cual recibió asesoría, consejos e información sobre diferentes aspectos del mercado de la UE, así como la participación en Ferias comerciales en Europa.

En términos de requerimientos de exportación para poder enviar café oro a Europa para ambas cooperativas, se pueden mencionar las certificaciones en comercio justo, producción orgánica y *Rain Forest Alliance*, esta última relativa a la producción ecológica. Entre otros requisitos básicos a cumplir se encuentra la trazabilidad del producto, para lo cual las cooperativas deben tener un estricto control de las diferentes fincas, conociendo exactamente la proveniencia de cada lote de café. En el caso de ambas cooperativas, el producto es enviado en sacos de 46 ó 69 Kg. a Europa. Para algunos clientes, COCAFCAL utiliza un empaque ecológico (*green pack*) que extiende la vida útil del producto.

Las certificaciones fueron los requerimientos más difíciles de alcanzar para COCAFCAL, ya que tuvieron que realizarlas para todas las fincas de sus asociados. Un factor de éxito en este tema es que ambas cooperativas mantienen un comité de certificaciones activo que se encarga de monitorear y asesorar a los productores constantemente, asegurando que se cumplan todas las normas. “El sello más complicado fue el de *Rain Forest*”, menciona el Ing. Rodríguez de COCAFCAL, “ya que son cuestiones ecológicas y es muy difícil que los productores se adapten a realizar cambios en la parte ambiental, por otro lado creo que los productores que quieran exportar a Europa deberían iniciar con el sello de Comercio Justo, ya que es más sencillo conseguirlo en nuestros países en donde la situación de las cooperativas es similar, se trabaja con productores de la zonas rurales, y hay una alta generación de empleos”.

De acuerdo con el Ing. Hernaldo Lagos, Gerente General de UCOSEMUN de Nicaragua, el requerimiento más difícil de alcanzar para ellos fue la norma HACCP, la cual, a pesar de no ser un requerimiento para ingresar en el mercado de la UE, fue muy útil al querer obtener otro tipo de certificaciones como la orgánica, ya que les ayudó a ser más organizados como cooperativa, mantener registros (a través de un sistema de informática que monitorea todo el proceso de producción) y a identificar qué era lo que estaban haciendo mal en el proceso y a mejorarlo por completo.

Entre las lecciones aprendidas por UCOSEMUN, el Ing. Lagos menciona que la disciplina es un factor de éxito para llegar a la UE, ya que como cooperativas, la posibilidad de cometer un error es mucho mayor que la que conlleva trabajar con uno o dos productores. “Un contrato es ineludible una vez firmado, por lo que la disciplina para mantener compromisos con el cliente no sólo es importante, sino que es el único camino en el cual una cooperativa como UCOSEMUN puede crecer y desarrollarse en mercados tan exigentes como Europa”, agrega el Ing. Lagos.

COCAFCAL menciona, por su parte, que otra lección aprendida en su proceso de exportación es la preparación antes de asistir a una cita comercial. El Ing. Rodríguez observa: “No se puede estar del todo preparado, porque usted no conoce realmente lo que el importador quiere, pero al inicio es mejor visitarlo para saber exactamente lo que necesita y partir de allí”. Refiriéndose siempre a la relación con el cliente, agrega: “Lo primero es contactar un cliente, tener muestras del café, enviarlas, ver la opinión, si hay potencial o no e iniciar un negocio de producto convencional y ver si el cliente quiere certificado, y hacer las gestiones para certificar el producto. Y claro, prepararse financieramente, con ayuda local o con ayuda de los mismos contratos o cartas de intención de compra del importador”.

Exportar a Europa ha mejorado indiscutiblemente las condiciones de ambas cooperativas. En el caso de UCOSEMUN, hoy en día, posee una de las más grandes y modernas plantas procesadoras de café en Nicaragua. Según el Ing. Lagos, su experiencia los ha llevado a una

Empresa: Unión de Cooperativas de Servicios Múltiples del Norte.

Ubicación: Estelí, Nicaragua.

Establecida en: 1998.

Productos: Café oro.

Nro. empleados: 100.

Empleos indirectos: 17 000

Productores asociados: 3 000
(solamente de café).

Países a donde exporta en la UE:
Inglaterra, Holanda, Alemania, Bélgica y Dinamarca.

Volumen exportado al año a la UE: 5000 toneladas de café oro, aprox. USD 75,000 en ventas.

Página web: www.u.zonaxp.com

excelente posición en el mercado de la UE, ya que no solamente están creciendo, sino que el mercado también está conociéndolos más y tienen planes en un futuro cercano para exportar café procesado a la UE. “La integración es la respuesta, si trabajamos por nuestra cuenta no podemos competir en el mercado Europeo como micro productores de café; pero juntos, podemos entrar con facilidad. UCOSEMUN es una compañía de productores y empresarios micro; llegamos a las áreas rurales, trabajamos con los más pobres, pero tenemos un enfoque empresarial, eso es lo que marca la diferencia”, añade el Ing. Lagos, como un mensaje a los pequeños y micro empresarios para que se integren en asociaciones.

Por otra parte, el Sr. Rodríguez, de COCAFCAL, califica su experiencia con el mercado Europeo como exitosa; no obstante, plantea una interrogante interesante refiriéndose al potencial del mercado: “nos falta entender mucho cómo funciona la UE, porque hay tantas culturas juntas, hay diferentes formas de consumo a las que se puede llegar. Trabajamos con Holanda y Alemania y no con España que hablamos el mismo idioma, tal vez nos falta más información no de mercado sino de cultura de consumo”.

7.4 ESTUDIO DE CASO: EXPORTACIÓN DE PIÑAS HONDUREÑAS HACIA ALEMANIA

Desde que inició sus operaciones en 1995, la compañía Farm Fresh ubicada en Cortés, Honduras, ha enfrentado muchos cambios, administrativos y técnicos, que han resultado en un desarrollo de las exportaciones de la empresa hacia los mercados americano y europeo.

En 1995, Farm Fresh inicia sus actividades como un proveedor de maquinaria y tecnología para la deshidratación de frutas y vegetales. Este negocio prevaleció por tres años y debido a su baja rentabilidad, los propietarios decidieron convertirlo en una planta procesadora de jugos y frutas. Farm Fresh inició el procesamiento de jugo de piña, pulpa de maracuyá y mango a partir del 2000. Aunque los primeros

Empresa: Farm Fresh. Ubicación: Cofradía, Cortés, Honduras. Establecida en: 1995. Productos: Jugo de piña, pulpa de maracuyá y de mango. Nro. empleados directos: 9. Empleos indirectos: 90. Productores asociados: 18 productores de piña solamente. Países a donde exporta en la UE: Alemania. Volumen exportado al año a la UE: 552 toneladas de jugo de piña orgánico.
--

cinco años no resultaron como se esperaba, la gerencia aprendió de las experiencias y con base en el

conocimiento adquirido en la exportación hacia Estados Unidos, la compañía también comenzó a exportar a Europa a través de un intermediario.

Parte del jugo de piña es exportado directamente a un cliente en Alemania. Durante los primeros cuatro años, las exportaciones a Europa se realizaban a través de un intermediario; actualmente, la empresa exporta directamente, dado que con el tiempo lograron construir una relación más sólida y directa con el cliente. Farm Fresh exporta mensualmente 46 toneladas de jugo de piña de alta calidad a Alemania. El transporte se realiza en barriles de 55 galones.

La piña es adquirida de proveedores de la zona y de producción propia de la empresa. Durante los últimos años, la compañía ha consolidado un grupo de 18 productores de piña fresca, localizados en la región norte de Honduras y también han aumentado su producción propia (50 Ha). El gerente de producción, el Ing. Erick Peña, está convencido de que un elemento clave para asegurar la calidad del producto es el acercamiento que Farm Fresh ha tenido con sus proveedores de fruta, quienes son asesorados, capacitados y supervisados durante todo el proceso. Toda la producción es orgánica; a la empresa le tomó casi tres años cambiar la producción a esta modalidad y conseguir las certificaciones necesarias.

Junto con el aprender haciendo, Farm Fresh recibió asistencia de consultores externos y técnicos especializados en la adquisición de nueva maquinaria y soporte en el manejo de la producción en la planta de procesamiento. La asesoría fue exitosa, ya que no sólo permitió a la empresa automatizar toda la línea de producción, sino que además redujo los costos y mejoró el manejo del producto, principalmente, manteniendo la calidad y garantizándola durante y después del transporte a la UE, que era un gran problema antes de ese momento. La compañía también recibió apoyo de la USAID (*US Agency for International Development*) en la implementación de la norma HACCP (Puntos Críticos de Control), que es un requerimiento básico para exportar a Estados Unidos.

De acuerdo con el Ing. Peña, “un exportador potencial a la Unión Europea debería asegurar el apoyo financiero antes de realizar alguna inversión en certificaciones y otros requerimientos. Los requerimientos para la empresa fueron la imperante necesidad de certificar sus productos como orgánicos. Otro requerimiento es el uso de barriles de metal como empaque externo del producto, esto difiere al empaque que se utiliza para Estados Unidos, el cual es barriles de cartón.”

“La compañía debería tener un fuerte conocimiento y experiencia relacionado a la producción y procesamiento de sus productos. Si no lo tiene, debería buscarlo con alguien que si lo tenga, y obtener asistencia no solo en aspectos técnicos del producto sino también en acceso al mercado”. Finalmente, refiriéndose a la relación con el cliente, el Ing. agrega que una de las lecciones aprendidas de la empresa en todo el proceso de exportación a la UE, es que si usted no sabe quién es su cliente, le tomará algún tiempo construir una relación y en tal caso es imperativo utilizar un aliado estratégico comercial, como un intermediario o *broker*, quien, además de conocer el mercado, también está haciendo negocios en el mercado y localizado físicamente allí. “Esto asegurará el éxito de su negocio con Europa”.

7.5 ESTUDIO DE CASO: PRODUCTOS ORGÁNICOS DE MÉXICO

Desde su fundación en el 2001, y con una amplia variedad de productos orgánicos, la empresa Aires de Campo integra a productores orgánicos en todo México y se convierte desde sus inicios en la primera empresa comercializadora de productos orgánicos en el país.

Como pioneros en la comercialización de productos orgánicos, Aires de Campo inicia sus actividades con productos lácteos, ampliando cada vez más su catálogo de productos, incluso algunos productos importados; no obstante, sus esfuerzos se dirigen a la integración de más productores orgánicos mexicanos, estimulando de esta forma la producción nacional.

En un inicio, la compañía se desarrolla en el mercado local, y en el de Estados Unidos. Luego de su participación en ferias comerciales en Europa, como la Feria Comercial BioFach en Alemania, realizó importantes contactos para la comercialización de sus productos en Europa y junto con estos contactos se contrató a una persona dedicada al mercadeo de los productos en Europa, realizando identificación y contactos con posibles distribuidores del producto. Las exportaciones actuales del producto se realizan a

Empresa: Aires de Campo.

Ubicación: Colonia San Pedro de los Pinos, Distrito Federal, México.

Establecida en: 2001.

Productos: Alimentos frescos, granos, semillas, cereales, pastas, productos deshidratados, salsas, conservas, aceites, huevos, lácteos, bebidas, carnes y pollo, tofu y productos de soya, mieles y edulcorantes, mermeladas, dulces y chocolates, botanas, nieves y helados, productos de limpieza y productos de cuidado personal.

Empleos indirectos generados: 1500.

Países a los que exporta: Alemania, Francia, Inglaterra, Japón, Canadá, Estados Unidos y España.

Página web: www.airesdecampo.com

través de distribuidores como Whole Foods en Alemania, Inglaterra, Francia, Estados Unidos, Japón y Canadá, así como otros distribuidores como Walmart, Sam's Club y otros distribuidores comerciales en la República Mexicana. Por otra parte, desde enero de 2010, Aires de Campo cuenta con un convenio exclusivo para la expansión de la distribución de sus productos en Estados Unidos a través de Organic Alliance. Recientemente, también firmó contrato con la empresa Miquel Alimentació, en España, que iniciará la distribución de productos de la marca Aires de Campo desde el próximo mes de junio.

Actualmente, comercializa sus productos en más de 3 000 puntos de venta en México, Europa y Estados Unidos; aproximadamente el 95% de sus productos se comercializan solamente en la República Mexicana a través de diferentes autoservicios, tiendas departamentales y centros de distribución especializados en productos orgánicos (Biocentros); asimismo, los productos de Aires de Campo también son distribuidos en restaurantes y hoteles interesados en ofrecer productos orgánicos a sus clientes.

Aires de Campo cuenta hoy en día con más de 300 productos orgánicos certificados, desde alimentos como conservas, cereales, lácteos y cárnicos, hasta productos de limpieza y cuidado personal. La variedad ha marcado la diferencia: además de los beneficios que brinda el consumo de productos orgánicos, Aires de Campo también se dirige hacia mercados de productos para necesidades especiales, como aquellos libres de gluten o productos *kosher*, los cuales identifica en su catálogo de productos para que el consumidor elija los que mejor se adaptan a su dieta de consumo diario. Sobre la variedad de productos, el Ing. Roberto Latapí, Gerente de Exportaciones, comenta: “En primera instancia, el exportador debe asegurarse que existe una demanda por su producto, segmentando los productos que puedan tener demanda y preparando un portafolio completo de productos que puede ofrecer, el importador desea que se le faciliten las cosas, y si usted ofrece una gama de productos bajo una sola marca, el importador lo preferirá ante otros competidores”.

La empresa ha tenido el apoyo de programas como Euronafin y Al Invest, así como otros programas como ASERCA del Ministerio de Agricultura y ProMéxico. Por su parte, Aires de Campo posee sus propios programas de integración de nuevos productores orgánicos, los cuales le permiten asesorar, capacitar y ayudar a nuevos productores a certificarse orgánicamente y a formar parte de la familia Aires de Campo. “En muchas ocasiones interactuamos como guías

para conseguir financiamiento. La mayoría de los productores no saben que pedir y cuando lo reciben no lo aplican correctamente. En Aires de Campo se ha conformado una familia entre productores, maquiladores y transportistas, lo cual vuelve sostenible el proceso. Sin esta armonía no se podría hacer nada”, observa el Ing. Latapí.

Aires de Campo cuenta con certificaciones para poder comercializar sus productos orgánicos en México y fuera de sus fronteras. Sus productos han sido certificados por Bioagricert, organismo avalado por IFOAM (*International Federation of Agriculture Organic Movements*), y también llevan el sello de Comercio Justo México, el cual garantiza las condiciones favorables y justas brindadas a los micro y pequeños productores y abre las puertas para la entrada a nuevos mercados en Europa. Otra característica de algunos de los productos de Aires de Campo es la utilización de empaque PLA, fabricado con material biodegradable que no daña el medioambiente. Desde luego, la empresa también debe adaptar el lenguaje de la etiqueta dependiendo del país a donde envíe el producto.

El desarrollo de una estrategia adecuada de mercadeo y logística para sus productos han sido algunas de las claves de éxito. Aires de Campo posee una página web bastante completa con toda la información sobre sus productos, así como programas de integración de productores y distribuidores en línea. Logísticamente hablando, los Biocentros funcionan como una conexión más directa entre los productores y el consumidor, ya que allí se distribuyen productos bajo la marca Aires de Campo, así como otros productos orgánicos avalados por la empresa bajo el sello “Selección Aires de Campo”, que garantiza su calidad y certifica sus orígenes orgánicos.

Entre las recomendaciones para futuros exportadores, el Sr. Latapí sugiere a los empresarios contar con un tabulador de precios, el cual les permita conocer en cada etapa el costo del producto, por ej., empaque, flete, almacenaje. Por otra parte, recomienda buscar información y acercarse a los diferentes programas de gobierno que apoyan a los exportadores, los cuales pueden financiar la participación en ferias o visitas al mercado meta.

7.6 ESTUDIO DE CASO: SIN ÉXITO PERO CON LECCIONES APRENDIDAS

Si bien es cierto que existen casos exitosos de exportaciones a la Unión Europea, también se puede hablar sobre algunos que no tuvieron la misma experiencia o que no corrieron la misma suerte. A continuación, se menciona un caso no exitoso de exportación, haciendo énfasis,

principalmente, en los errores cometidos, los problemas presentados y los factores que llevaron al fracaso de la exportación. El nombre de la empresa y los datos de la misma no serán incluidos, debido a que se brindó información con motivos de aprendizaje solamente.

Hace más de diez años, la tilapia, como todo nuevo producto, se abrió camino a nivel centroamericano, brindando nuevas oportunidades de crecimiento tanto para productores como para procesadores y otros empresarios relacionados con la cadena de valor del producto. Grandes empresas incursionaron y triunfaron, y aún siguen cosechando éxitos. No obstante, las más pequeñas se han quedado atrás. Una empresa que desee exportar sus productos a Europa, debe considerar, más allá de las necesidades del mercado, las necesidades propias de la empresa y, principalmente, las posibilidades de mantener el proceso financiera y estratégicamente; es decir, debe hacerlo sustentable. Cuando la empresa, inició sus operaciones en 2003, el conocimiento técnico disponible sobre el producto era muy poco; no obstante, después de muchos años de intentos y mejoras técnicas llegaron a producir peces (tilapia) de manera hiper-intensiva, lo cual permitió crear un ambiente en donde se visualizaba cada vez más cercana la exportación. La empresa se constituyó en una sociedad de cinco pequeños productores y decidieron, después de las experiencias positivas a nivel local, incursionar también en Estados Unidos o Europa. Entre los obstáculos encontrados por la empresa durante el proceso de planificación de la exportación, se pueden mencionar los siguientes:

- La capacidad de expansión de la producción se encontraba limitada a la disponibilidad de capital semilla. Esta limitación, después de muchas propuestas financieras no exitosas, atrasó sobremanera la producción e hizo perder un par de conexiones con clientes regionales que compraban el producto directamente en la puerta de la finca.
- La disponibilidad de financiamiento para este tipo de operaciones es considerada altamente riesgosa para una entidad bancaria, por lo que normalmente no está disponible para productores que no cuentan con garantías hipotecarias, así como para aquellos que tienen debilidades en su enfoque organizacional, su gestión administrativa y su gestión gerencial.
- No existía una integración de la cadena de valor para el producto y, dado que la empresa tenía por idea principal exportar filete de tilapia fresco, consideró

necesario incorporar en su plan de inversión la construcción de una planta de procesamiento para filetear el producto.

Luego de enfrentar estos problemas, la empresa buscó la asesoría de expertos para desarrollar un plan de negocios y mejorar tanto su producción como su sistema administrativo. Se desarrolló un plan de negocios y ello respaldó, de alguna manera, la gestión financiera del proyecto de exportación. La empresa se apoyó en la búsqueda de aliados estratégicos locales tanto para el procesamiento del producto como para abordar los aspectos logísticos. Finalmente, ninguna de las alianzas fue exitosa, ya que los aliados potenciales se retiraron debido a la crisis económica mundial y a determinados aspectos de inestabilidad de las nuevas inversiones; por otra parte, la empresa mostró cierta reserva en la formación de alianzas, considerando solamente la posibilidad de comprar maquinaria de otras empresas procesadoras.

Finalmente, la empresa, luego de realizar una búsqueda de información de mercados y una investigación más profunda sobre la potencialidad de su producto en mercados internacionales, descubre la posibilidad de exportar el producto sin necesidad de filetearlo al mercado alemán, en donde existe demanda para el producto entero congelado. A pesar de esta nueva información, y de la gran potencialidad de mercado para el producto, la empresa enfrenta nuevos retos:

- Realizar una inversión en la mejora de la variabilidad genética del producto que permita uniformizar su tamaño y su peso para que sea aceptado por el mercado alemán.
- Debido a que existen fuertes exigencias con respecto a la calidad de este tipo de productos de origen animal, la producción y el productor mismo debe obtener un permiso especial para poder exportar productos acuícolas a Europa. Solamente el cumplimiento de este requerimiento podría tomar más de doce meses e implica realizar una gran inversión. Además, si existiesen ofertas de compra en este momento, se perderían por el largo período de espera para poder obtener los permisos necesarios.
- La inversión en equipo de refrigeración (almacenamiento y transporte) para el producto. Dicha inversión puede realizarse cuando se cuente con el

financiamiento necesario para la operación, el cual hasta el momento no se ha consolidado.

En términos generales, la empresa tuvo estancamientos en diferentes etapas del proceso que pueden resumirse en tres factores particulares: primero, la falta de información de mercado, en donde prácticamente hacia el final se obtuvo un panorama más específico entre lo que se podía ofrecer y lo que el mercado pedía (combinación producto-mercado); segundo, la falta de financiamiento y la poca apertura bancaria; este factor prácticamente definió todo el proceso, pero no fue tomado en cuenta desde un inicio, creando falsas expectativas; y, finalmente, la falta de integración en la cadena de valor, en donde aún existe resistencia a considerar a otras empresas como aliados y no como competidores, sobre todo pensando en que “si no lo puede hacer solo, busque quien lo haga por usted”.

ANEXO: MODELOS DE DOCUMENTACIÓN ADUANERA

Como se indica en la Sección 4.1.2, diversos documentos son requeridos para los procedimientos aduaneros de la UE. Los siguientes son modelos de los documentos mencionados.

CERTIFICADO DE ORIGEN FORMATO A

1. Goods consigned from (exporter's business name, address, country) 		Reference No _____ GENERALIZED SYSTEM OF PREFERENCES CERTIFICATE OF ORIGIN (Combined declaration and certificate) FORM A Issued in _____ (country) See notes overleaf			
2. Goods consigned to (consignee's name, address, country) 		4. For official use 			
3. Means of transport and route (as far as known) 					
5. Item number	6. Marks and numbers of packages	7. Number and kind of packages; description of goods	8. Origin criterion (see notes overleaf)	9. Gross weight or other quantity	10. Number and date of invoices
11. Certification It is hereby certified, on the basis of control carried out, that the declaration by the exporter is correct. Place and date, signature and stamp of certifying authority			12. Declaration by the exporter The undersigned hereby declares that the above details and statements are correct; that all the goods were produced in _____ (country) and that they comply with the origin requirements specified for those goods in the generalized system of preferences for goods exported to _____ (importing country) Place and date, signature of authorized signatory		

NOTES (1988)

I. Countries which accept Form A for the purposes of the generalized system of preferences (GSP):

Australia*	Norway	European Economic Community:	Ireland
Austria	Sweden	Belgium	Italy
Canada	Switzerland	Denmark	Luxembourg
Finland	United States of America	France	Netherlands
Japan		Federal Republic of Germany	Portugal
New Zealand		Greece	Spain
			United Kingdom
People's Republic of Bulgaria			
Czechoslovak Socialist Republic			
Hungarian People's Republic			
Polish People's Republic			
Union of Soviet Socialist Republics			

Full details of the conditions covering admission to the GSP in these countries are obtainable from the designated authorities in the exporting preference-receiving countries or from the customs authorities of the preference-giving countries listed above. An information note is also obtainable from the UNCTAD secretariat.

II. General conditions

To qualify for preference, products must:

- (a) fall within a description of products eligible for preference in the country of destination. The description entered on the form must be sufficiently detailed to enable the products to be identified by the customs officer examining them;
- (b) comply with the rules of origin of the country of destination. Each article in a consignment must qualify separately in its own right; and
- (c) comply with the consignment conditions specified by the country of destination. In general, products must be consigned direct from the country of exportation to the country of destination but most preference-giving countries accept passage through intermediate countries subject to certain conditions. (For Australia, direct consignment is not necessary.)

III. Entries to be made in box 8

Preference products must either be wholly obtained in accordance with the rules of the country of destination or sufficiently worked or processed to fulfil the requirements of that country's origin rules.

- (a) Products wholly obtained: for export to all countries listed in Section I, enter the letter 'P' in box 8 (for Australia and New Zealand box 8 may be left blank).
- (b) Products sufficiently worked or processed: for export to the countries specified below, the entry in box 8 should be as follows:
 - (1) United States of America: for single country shipments enter the letter 'Y' in box 8, for shipments from recognized associations of countries, enter the letter 'Z' followed by the sum of the cost or value of the domestic materials and the direct cost of processing, expressed as a percentage of the ex-factory price of the exported products (example 'Y' 35 % or 'Z' 35 %).
 - (2) Canada: for products which meet origin criteria from working or processing in more than one eligible least developed country, enter the letter 'G' in box 8; otherwise 'F'.
 - (3) Austria, Finland, Japan, Norway, Sweden, Switzerland and the European Economic Community enter the letter 'W' in box 8 followed by the Customs Cooperation Council Nomenclature (harmonized system) heading of the exported product (example: 'W' 96.18).
 - (4) Bulgaria, Czechoslovakia, Hungary, Poland and the USSR: for products which include value added in the exporting preference-receiving country, enter the letter 'Y' in box 8 followed by the value of imported materials and components expressed as a percentage of the fob price of the exported products (example 'Y' 45 %); for products obtained in a preference-receiving country and worked or processed in one or more other such countries, enter 'PK'.
 - (5) Australia and New Zealand: completion of box 8 is not required. It is sufficient that a declaration be properly made in box 12.

* For Australia, the main requirements is the exporter's declaration on the normal commercial invoice. Form A, accompanied by the normal commercial invoice, is an acceptable alternative, but official certification is not required.

CONOCIMIENTO DE EMBARQUE



Carrier Name

NON-NEGOTIABLE COPY

SHIPPER		DOCUMENT NUMBER	
CONSIGNEE		EXPORT REFERENCES	
NOTIFY PARTY		FORWARDING AGENT REFERENCES	
PRECARRIAGE BY *		PLACE OF RECEIPT *	
VESSEL / VOYAGE NO		PORT OF LOADING	
PORT OF DISCHARGE		PLACE OF DELIVERY	
FINAL DESTINATION (FOR THE MERCHANT'S REFERENCE ONLY)		POINT AND COUNTRY OF ORIGIN (FOR THE MERCHANT'S REFERENCE ONLY)	
DOMESTIC ROUTINE/EXPORT INSTRUCTIONS (FOR THE MERCHANT'S REFERENCE ONLY)		FL - PLARIBA	

PARTICULARS FURNISHED BY THE MERCHANT					PAGE 1
Container No., Seal No., Marks & No's	No. of Containers or Packages	H * * M	Kind of Packages; Description of Goods	Gross Weight/Code	Measurement/Code

TOTAL NUMBER OF CONTAINERS OR PACKAGES (IN WORDS)								
ITEM NUMBER	WEIGHT	MEASUREMENT	DUR	RATE	BASIS	P.C.	PREPAID	COLLECT

LADEN ON BOARD THE VESSEL		Number of Original Bills of Lading		Place of Bills of Lading Issue		Prepaid at		Payable at	
DATE	BY	THREE							

(TERMS OF BILL OF LADING CONTAINED FROM BACK HEREOF) ENLARGED VERSION OF BACK CLAUSES IS AVAILABLE UPON REQUEST FROM THE CARRIER. In witness whereof, the undersigned, on behalf of _____, the Master and the owner of the Vessel, has signed the number of Bill(s) of Lading stated above, all of this tenor and date, one of which being accomplished, the others to stand void.

Dated _____
Month _____ Day _____ Year _____ B/L No. _____

Declared Value (U.S. \$) _____

Fuente: <http://www.europasobreruedas.com/diccionario/conocimiento-de-embarque.html> consulta marzo 2010.

CARNET TIR

IRU - Union Internationale
des Transports Routiers

CARNET TIR*

14 vouchers No

1. Valable pour prise en charge par le bureau de douane de départ jusqu'au 01.07.2003 inclus
Valid for the acceptance of goods by the Customs office of departure up to and including

2. Délivré par Union of Chambers of Commerce, Industry, Maritime Commerce
Issued by
and Commodity Exchanges of Turkey (UCCIMCCE)
(nom de l'association émettrice / name of issuing association)

3. Titulaire TÜRKSPED MEHMET PİR Milletlerarası Nakliyat A.Ş.
Holder
Merkez Mah. Değirmenbahçe Sok. No:19 Yenibosna Bakırköy İSTANBUL TUR/042/8
(nom, adresse, pays / name, address, country)

4. Signature du délégué de l'association émettrice et cachet de cette association:
Signature of authorized official of the issuing association and stamp of that association:

5. Signature du secrétaire de l'organisation internationale:
Signature of the secretary of the international organization:

Signature of Secretary-General of IRU

Stamp and signature of UCCIMCCE

(A remplir avant l'utilisation par le titulaire du carnet / To be completed before use by the holder of the carnet)

6. Pays de départ Turkey
Country/Countries of departure ⁽¹⁾

7. Pays de destination Switzerland, Germany
Country/Countries of destination ⁽¹⁾

8. No(e) d'immatriculation du (des) véhicule(s) routier(s) ⁽¹⁾
Registration No(s) of road vehicle(s) ⁽¹⁾
34 ZH 6945

9. Certificat(e) d'agrément du (des) véhicule(s) routier(s) (No et date) ⁽¹⁾
Certificate(s) of approval of road vehicle(s) (No. and date) ⁽¹⁾
No. 118932.2645 of 02.10.2002

10. No(s) d'identification du (des) conteneur(s) ⁽¹⁾
Identification No(s) of container(s) ⁽¹⁾

11. Observations diverses
Remarks

12. Signature du titulaire du carnet:
Signature of the carnet holder:

⁽¹⁾ Biffer la mention inutile
Strike out whichever does not apply

Signature of the TIR Carnet holder

* Voir annexe 1 de la Convention TIR, 1975, élaborée sous les auspices de la Commission économique des Nations Unies pour l'Europe.
* See annex 1 of the TIR Convention, 1975, prepared under the auspices of the United Nations Economic Commission for Europe.

VOUCHER N° 1 PAGE 1		1. TIR CARNET No	
2. Customs office(s) of departure 1. <u>Trabzon</u> 2. <u>Erenköy</u> 3. _____		3. Name of the international organization IRU - International Road Transport Union	
For official use A		4. Holder of the carnet (name, address and country) TÜRKSPED MEHMET PİR Milletlerarası Nakliyat A.Ş. Merkez Mah. Değirmenbahçe Sok. No:19 Yenibosna Bakırköy İSTANBUL TUR/042/8	
		5. Country/Countries of departure Turkey	6. Country/Countries of destination Switzerland, Germany
7. Registration No(s). of road vehicle(s) 34 ZH 6945		8. Documents attached to the manifest CMR 0658 of 28.05.2003 CMR 0754 of 28.05.2003	
GOODS MANIFEST			
9. (a) Load compartment(s) or container(s) (b) Marks and Nos. of packages or articles AB 1 - 800 CD 1 - 500	10. Number and type of packages or articles; description of goods Trabzon Customs office For Bern: Towels, boxes, 800 packages For Freiburg: Linen, colliers, 500 packages	11. Gross weight in kg 5600 4300	16. Seals or identification marks applied, (number, identification) One seal No. 11
12. Total number of packages entered on the manifest Destination: 1. Customs office Bern 800 2. Customs office Freiburg 500 3. Customs office _____		13. I declare the information in items 1-12 above to be correct and complete 14. Place and date Trabzon, 28.05.2003 15. Signature of holder or agent _____ Signature	17. Customs office of departure. Customs officer's signature and Customs office date stamp 28.05.2003 Stamp and signature (Trabzon)
18. Certificate for goods taken under control (Customs office of departure or of entry en route) Trabzon			
☐ 19. Seals or identification marks found to be intact	20. Time-limit for transit 31.05.2003		
21. Registered by the Customs office at Trabzon under No. 006494			
22. Miscellaneous (itinerary stipulated, Customs office at which the load must be produced, etc.) Erenköy			
23. Customs officer's signature and Customs office date stamp 28.05.2003 Stamp and signature (Trabzon)			

COUNTERFOIL N° 1 PAGE 1		of TIR CARNET No	
1. Accepted by the Customs office at <u>Trabzon</u>		6. Customs officer's signature and Customs office date stamp 28.05.2003 Stamp and signature (Trabzon)	
2. Under No. <u>006494</u>			
3. Seals or identification marks applied <u>One seal No. 11</u>			
4. ☐ Seals or identification marks found to be intact			
5. Miscellaneous (route prescribed, Customs office at which the load must be produced, etc.) <u>Erenköy</u>			

CARNET ATA

Issuing Association
Association émettrice



ALLIANCE DES CHAMBRES
DE COMMERCE SUISSES
VERBAND DER GROSSHANDELSKAMMERN
HANDELSKAMMER
ASSOCIAZIONE DELLE CAMERE
DI COMMERCIO SVIZZERE

A.T.A. CARNET / CARNET A.T.A. FOR TEMPORARY ADMISSION OF GOODS POUR L'ADMISSION TEMPORAIRE DES MARCHANDISES CUSTOMS CONVENTION ON THE A.T.A. CARNET FOR THE TEMPORARY ADMISSION OF GOODS CONVENTION DOUANIÈRE SUR LE CARNET A.T.A. POUR L'ADMISSION TEMPORAIRE DES MARCHANDISES CONVENTION ON TEMPORARY ADMISSION / CONVENTION RELATIVE À L'ADMISSION TEMPORAIRE

INTERNATIONAL GUARANTEE CHAIN
CHAÎNE DE GARANTIE INTERNATIONALE



(Before completing the Carnet, please read Notes on cover page 3 / Avant de remplir le carnet, lire la notice en page 3 de la couverture)

ATA CARNET	A. HOLDER AND ADDRESS / Titulaire et adresse		G. FOR ISSUING ASSOCIATION USE / Réservé à l'association émettrice FRONT COVER / Couverture																																																																																		
			a) CARNET No. Carnet N° CH																																																																																		
			Number of continuation sheets: Nombre de feuilles supplémentaires:																																																																																		
	B. REPRESENTED BY* / Représenté par*		b) ISSUED BY / Délivré par																																																																																		
C. INTENDED USE OF GOODS / Utilisation prévue des marchandises		c) VALID UNTIL / Valable jusqu'au / / year / année month / mois day (inclusive) / jour (inclus)																																																																																			
P. This Carnet may be used in the following countries/Customs territories under the guarantee of the associations listed on page four of the cover: / Ce carnet est valable dans les pays/territoires douaniers ci-après, sous la garantie des associations reprises en page quatre de la couverture: <table border="0"> <tr> <td>ALGERIA (DZ)</td> <td>KOREA (REP. OF) (KR)</td> <td>TUNISIE (TN)</td> </tr> <tr> <td>ANDORRE (AD)</td> <td>LATVIA (LV)</td> <td>TURKEY (TR)</td> </tr> <tr> <td>AUSTRALIA (AU)</td> <td>LEBANON (LB)</td> <td>UNITED KINGDOM (GB)</td> </tr> <tr> <td>AUSTRIA (AT)</td> <td>LITHUANA (LT)</td> <td>UNITED STATES (US)</td> </tr> <tr> <td>BELGIUM/LUXEMBOURG (BE)</td> <td>FORMER YUGOSLAV</td> <td></td> </tr> <tr> <td>BULGARIA (BG)</td> <td>REPUBLIC OF MACEDONIA (MK)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>CANADA (CA)</td> <td>MALAYSIA (MY)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>CHINA (CN)</td> <td>MALTA (MT)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>CROATIA (HR)</td> <td>MAURITIUS (MU)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>CYPRUS (CY)</td> <td>MOROCCO (MA)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>CZECH REPUBLIC (CZ)</td> <td>NETHERLANDS (NL)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>DENMARK (DK)</td> <td>NEW ZEALAND (NZ)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>ESTONIA (EE)</td> <td>NORWAY (NO)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>FINLAND (FI)</td> <td>POLAND (PL)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>FRANCE (FR)</td> <td>PORTUGAL (PT)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>GERMANY (DE)</td> <td>ROMANIA (RO)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>GIBRALTAR (GI)</td> <td>RUSSIA (RU)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>GREECE (GR)</td> <td>SENEGAL (SN)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>HONG KONG, CHINA (HK)</td> <td>SINGAPORE (SG)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>HUNGARY (HU)</td> <td>SLOVAK REPUBLIC (SK)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>ICELAND (IS)</td> <td>SLOVENIA (SI)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>INDIA (IN)</td> <td>REPUBLIC OF SOUTH AFRICA (ZA)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>IRELAND (IE)</td> <td>SPAIN (ES)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>ISRAEL (IL)</td> <td>SRI LANKA (LK)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>ITALY (IT)</td> <td>SWEDEN (SE)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>IVORY COAST (CI)</td> <td>SWITZERLAND (CH)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>JAPAN (JP)</td> <td>THAILAND (TH)</td> <td></td> </tr> </table> The holder of this Carnet and his representative will be held responsible for compliance with the laws and regulations of the country/Customs territory of departure and the countries/Customs territories of importation. / A charge pour le titulaire et son représentant de se conformer aux lois et règlements du pays/territoire douanier de départ et des pays/territoires douaniers d'importation.					ALGERIA (DZ)	KOREA (REP. OF) (KR)	TUNISIE (TN)	ANDORRE (AD)	LATVIA (LV)	TURKEY (TR)	AUSTRALIA (AU)	LEBANON (LB)	UNITED KINGDOM (GB)	AUSTRIA (AT)	LITHUANA (LT)	UNITED STATES (US)	BELGIUM/LUXEMBOURG (BE)	FORMER YUGOSLAV		BULGARIA (BG)	REPUBLIC OF MACEDONIA (MK)		CANADA (CA)	MALAYSIA (MY)		CHINA (CN)	MALTA (MT)		CROATIA (HR)	MAURITIUS (MU)		CYPRUS (CY)	MOROCCO (MA)		CZECH REPUBLIC (CZ)	NETHERLANDS (NL)		DENMARK (DK)	NEW ZEALAND (NZ)		ESTONIA (EE)	NORWAY (NO)		FINLAND (FI)	POLAND (PL)		FRANCE (FR)	PORTUGAL (PT)		GERMANY (DE)	ROMANIA (RO)		GIBRALTAR (GI)	RUSSIA (RU)		GREECE (GR)	SENEGAL (SN)		HONG KONG, CHINA (HK)	SINGAPORE (SG)		HUNGARY (HU)	SLOVAK REPUBLIC (SK)		ICELAND (IS)	SLOVENIA (SI)		INDIA (IN)	REPUBLIC OF SOUTH AFRICA (ZA)		IRELAND (IE)	SPAIN (ES)		ISRAEL (IL)	SRI LANKA (LK)		ITALY (IT)	SWEDEN (SE)		IVORY COAST (CI)	SWITZERLAND (CH)		JAPAN (JP)	THAILAND (TH)	
ALGERIA (DZ)	KOREA (REP. OF) (KR)	TUNISIE (TN)																																																																																			
ANDORRE (AD)	LATVIA (LV)	TURKEY (TR)																																																																																			
AUSTRALIA (AU)	LEBANON (LB)	UNITED KINGDOM (GB)																																																																																			
AUSTRIA (AT)	LITHUANA (LT)	UNITED STATES (US)																																																																																			
BELGIUM/LUXEMBOURG (BE)	FORMER YUGOSLAV																																																																																				
BULGARIA (BG)	REPUBLIC OF MACEDONIA (MK)																																																																																				
CANADA (CA)	MALAYSIA (MY)																																																																																				
CHINA (CN)	MALTA (MT)																																																																																				
CROATIA (HR)	MAURITIUS (MU)																																																																																				
CYPRUS (CY)	MOROCCO (MA)																																																																																				
CZECH REPUBLIC (CZ)	NETHERLANDS (NL)																																																																																				
DENMARK (DK)	NEW ZEALAND (NZ)																																																																																				
ESTONIA (EE)	NORWAY (NO)																																																																																				
FINLAND (FI)	POLAND (PL)																																																																																				
FRANCE (FR)	PORTUGAL (PT)																																																																																				
GERMANY (DE)	ROMANIA (RO)																																																																																				
GIBRALTAR (GI)	RUSSIA (RU)																																																																																				
GREECE (GR)	SENEGAL (SN)																																																																																				
HONG KONG, CHINA (HK)	SINGAPORE (SG)																																																																																				
HUNGARY (HU)	SLOVAK REPUBLIC (SK)																																																																																				
ICELAND (IS)	SLOVENIA (SI)																																																																																				
INDIA (IN)	REPUBLIC OF SOUTH AFRICA (ZA)																																																																																				
IRELAND (IE)	SPAIN (ES)																																																																																				
ISRAEL (IL)	SRI LANKA (LK)																																																																																				
ITALY (IT)	SWEDEN (SE)																																																																																				
IVORY COAST (CI)	SWITZERLAND (CH)																																																																																				
JAPAN (JP)	THAILAND (TH)																																																																																				
H. CERTIFICATE BY CUSTOMS AT DEPARTURE Attestation de la douane, au départ		I. Signature of authorised official and Issuing Association stamp / Signature du délégué et timbre de l'association émettrice																																																																																			
a) Identification marks have been affixed as indicated in column 7 against the following items No(s), of the General List Apposé les marques d'identification mentionnées dans la colonne 7 en regard du (des) numéro(s) d'ordre suivant(s) de la liste générale		 / /																																																																																			
b) GOODS EXAMINED* / Vérifié les marchandises* Yes / Oui No / Non		Place and Date of Issue (year/month/day) Lieu et date d'émission (année/mois/jour)																																																																																			
c) Registered under Reference No.* Enregistré sous le numéro *		J.																																																																																			
d)		X.....X Signature of Holder / Signature du titulaire																																																																																			
Customs Office Place Date (year/month/day) Signature and Stamp Bureau de douane Lieu Date (année/mois/jour) Signature et timbre																																																																																					

TO BE RETURNED TO THE ISSUING CHAMBER IMMEDIATELY AFTER USE
À RETOURNER À LA CHAMBRE ÉMETTRICE IMMÉDIATEMENT APRÈS UTILISATION

01/2003.06/1

*If applicable / *S'il y a lieu

Fuente: http://www.dhl-usa.com/tasclient/HandlerServlet?CLIENT=TD_FILE_DLOAD_HANDLER&countryCode=ES&documentid=26
consulta marzo 2010.

DOCUMENTO ÚNICO ADMINISTRATIVO (DUA)

DUA EXPORTACIÓN

(DOCUMENTO ÚNICO ADMINISTRATIVO)

COMUNIDAD EUROPEA				A ADUANA DE EXPORTACIÓN/EXPORTACIÓN			
1 Formularios para el país de expedición / exportación	2. Expedidor / Exportador N.º			1. DECLARACION			
	3. Destinatario N.º			3. Formularios 4. List. de carga			
	8. Declarante / Representante N.º			5. Partidas 6. Total bultos 7. Número de estropeo			
	14. Identidad y nacionalidad medio transporte a la partida			9. Responsable aduanero N.º			
	21. Identidad y nacionalidad medio transporte activo en frontera			10. País primer destino 11. País transacción 13. P.A.C.			
	26. Modo transporte en frontera 25. Modo transporte interior 27. Lugar carga			15. País de expedición / exportación 16. País de origen 17. País de destino			
	29. Aduana de salida 30. Localización de las mercancías			18. Condiciones de enboga 19. Ctr. 20. Divisa e importe total factura 21. Tipo cambio 22. Naturaleza transacc.			
	32. Partida N.º			23. Otros fidejados y bancarios			
	33. Código de las mercancías			24. Dtd. país de origen 25. Recargos (kg) 26. Muestra (kg) 27. Contingente			
	34. Dtd. país de destino			35. Documento de carga / Documento precedente			
36. Unidades suplementarias			37. Valor estadístico				
Indicaciones especiales / Documentos presentados / Certificados y autorizaciones			38. Valor estadístico				
Cálculo de los tributos			39. Aplicación de pago 40. Identificación depósito				
Clase Base imponible Tipo Importe IMP			41. DATOS CONTABLES				
Total			42. Obligado principal N.º Firma				
Aduanas de paso previstas (y país)			C. ADUANA DE PARTIDA				
reemplazado por Lugar y fecha:			43. Lugar y fecha:				
Garantía no válida para			44. Aduana de destino (y país)				
CONTROL POR LA ADUANA DE PARTIDA			45. Lugar y fecha:				
Resultado:			Firma y nombre del declarante / representante:				
Precintos colocados: Número: marcos:							
Plazo (fecha límite):							
Firma:							
COACAS			E 0005326 CD				

Fuente: <http://www.redbusqueda.com/transporte/docs/Dua.pdf> consulta enero 2010.

FACTURA COMERCIAL

Muestra de Factura Comercial

EXPORTADOR:
DIRECCION:

CEDULA JURIDICA:
CODIGO DE EXPORTADOR:

CONSIGNATARIO:
DIRECCION:

PAIS DE DESTINO:

FACTURA No.
FECHA:

FORMULARIO No.

CANTIDAD QUANTITY	DESCRIPCION	PESO BRUTO (KG)	PESO NETO (KG)	TOTAL F.O.B. \$
Observaciones para otros casos especiales con valor comercial: Los siguientes productos requieren el régimen de Exportación: En la Ventanilla Única de Comercio Exterior se hace el preselección de los formularios cuando el régimen de exportación sea exportación definitiva, exportación temporal o del régimen de perfeccionamiento activo. Exportación de banana Cuando se realicen exportaciones de banana, será necesario que el exportador presente los permisos y observaciones el nombre de la fruta.				

FIRMA: _____ \$

TOTAL PESO BRUTO _____ **KG.** **TOTAL PESO NETO** _____ **KG.**

Declaramos bajo juramento que todos los datos contenidos en esta factura son exactos y verdaderos.

We declared that all information given in this invoice is exact and truly.

Fuente: <http://www.procomer.com/Ingles/images/Vuce/Factura%20comercial.jpg> consulta marzo 2010.

LISTA DE EMPAQUE

EXTINTORES LIBERTAD

E mail: Exlibertad@libertad.cl

Tel: (56) (2) 2389354 Nit: 830.421.732-1

Dirección: Los Alamos 2141 Ñuñoa-Santiago Arica

LISTA DE EMPAQUE

REFERENCIA A LA FACTURA

FECHA:

03 Noviembre de 2007

PEDIDO:

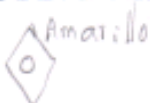
824-LP

CANT.	NUMERO	CONTENIDO DE CADA BULTO	DIMENSIONES DE CADA BULTO	PESO DE CADA BULTO
1	1 a 15	Ref/C 705 Extintor agua iodante	26.061 m ³	3525 kg
1	16 a 24	Ref/A 320 Extintor P.Q.S tipo cartet. lib	2.448 m ³	1962 Kg
1	25 a 33	Ref/A 320 (4) Ref/B510 Extintor CO ₂ manual	2.448 m ³	1114 Kg
1	34 a 42	Ref/B510 Extintor CO ₂ manual	2.448 m ³	1008 Kg
1	43 a 50	Ref/B510 Extintor CO ₂ manual	2.448 m ³	896 Kg

NATURALEZA DEL PRODUCTO:

Extintor P.Q.S cargado, extintor CO₂ cargado y envase para extintor agua penetrante

RECOMENDACIONES DE MANEJO:



MANTENGASE FUERA DEL ALCAZAR DE LOS NIÑOS

METODO DE EMPAQUE: Cartón corrugado, papel vinilpe, suncho, pallet

MARCAS Y NUMEROS: C 705, Pallet 8412 A320, Pallet 7213-3451-22 10 850

NUMERO TOTAL DE BULTOS: 5

VOLUMEN TOTAL: 35,853 m³

PESO NETO TOTAL: 8195 kg

PESO BRUTO TOTAL: 8505 kg

FORMATO DV 1

EUROPEAN COMMUNITY		DECLARATION OF PARTICULARS RELATING TO CUSTOMS VALUE		D. V. 1	
1 NAME AND ADDRESS OF SELLER (Block Letters)		FOR OFFICIAL USE			
2 (a) NAME AND ADDRESS OF BUYER (Block Letters)					
2 (b) NAME AND ADDRESS OF DECLARANT (Block Letters)					
IMPORTANT NOTE By signing and lodging the declaration the declarant accepts responsibility for the accuracy and completeness of the particulars given on this form and on any continuation sheet lodged with it and the authenticity of any document produced in support. The declarant also accepts responsibility to supply any additional information or document necessary to establish the customs value of the goods.		3 Terms of delivery			
		4 Number and date of invoice			
		5 Number and date of contract			
6 Number and date of any previous Customs decision concerning boxes 7 to 9		Enter X where applicable ☐ YES ☐ NO			
7 (a) Are the buyer and seller RELATED in the sense of Article 143 (*) of Regulation (EEC) No 2454/93? If 'NO', go to box 8.		☐ YES ☐ NO			
7 (b) Did the relationship INFLUENCE the price of the imported goods?		☐ YES ☐ NO			
7 (c) (reply optional) Does the transaction value of the imported goods CLOSELY APPROXIMATE to a value mentioned in Article 29 (2) (b) of Regulation (EEC) No 2913/92? If 'Yes', give details:		☐ YES ☐ NO			
8 (a) Are there any RESTRICTIONS as to the disposition or use of the goods by the buyer, other than restrictions which: - are imposed or required by law or by the public authorities in the Community, - limit the geographical area in which the goods may be resold, or - do not substantially affect the value of the goods?		☐ YES ☐ NO			
8 (b) Is the sale or price subject to some CONDITION or CONSIDERATION for which a value cannot be determined with respect to the goods being valued? Specify the nature of the restrictions, conditions or considerations as appropriate:		☐ YES ☐ NO			
If the value of conditions or considerations can be determined, indicate the amount in box 11 (b).					
9 (a) Are any ROYALTIES and LICENCE FEES related to the imported goods payable either directly or indirectly by the buyer as a condition of the sale?		☐ YES ☐ NO			
9 (b) Is the sale subject to an arrangement under which part of the proceeds of any subsequent RESALE, DISPOSAL or USE accrues directly or indirectly to the seller? If 'YES' to either of these questions, specify conditions and, if possible, indicate the amounts in boxes 15 and 16		☐ YES ☐ NO			
(*) NOTES TO BOX 7 1. PERSONS SHALL BE DEEMED TO BE RELATED ONLY IF: (a) they are officers or directors of one another's businesses; (b) they are legally recognized partners in business; (c) they are employer and employee; (d) any person directly or indirectly owns, controls or holds 5% or more of the outstanding voting stock or shares of both of them; (e) one of them directly or indirectly controls the other; (f) both of them are directly or indirectly controlled by a third person; (g) together they directly or indirectly control a third person; or (h) they are members of the same family. 2. The fact that the buyer and the seller are related need not preclude the use of a transaction value (see Article 29 (2) of Regulation (EEC) No 2913/92 and the Interpretative Notes on that provision in Annex 23).		10 (a) Number of continuation sheets D. V. 1 BIS attached _____ 10 (b) Place: Date: Signature:			

FOR OFFICIAL USE				
		Item	Item	Item
A. Basis of calculation	11 (a) Net price in CURRENCY OF INVOICE (Price actually paid or price payable for settlement at the material time for valuation for customs purposes)			
	(b) Indirect payments - see box 8(b)			
	(rate of exchange:)			
	12 Total A in NATIONAL CURRENCY			
B. ADDITIONS: Costs in NATIONAL CURRENCY NOT INCLUDED in A above (*) QUOTE BELOW previous relevant Customs decisions, if any:	13 Costs incurred by the buyer:			
	(a) commissions, except buying commissions			
	(b) brokerage			
	(c) containers and packing			
	14 Goods and services supplied by the buyer free of charge or at reduced cost for use in connection with the production and sale for export of the imported goods:			
	The values shown represent an apportionment where appropriate.			
	(a) materials, components, parts and similar items incorporated in the imported goods			
	(b) tools, dies, moulds and similar items used in the production of the imported goods			
	(c) materials consumed in the production of the imported goods			
	(d) engineering, development, artwork, design work and plans and sketches undertaken elsewhere than in the Community and necessary for the production of the imported goods			
	15 Royalties and licence fees - see box 9(a)			
	16 Proceeds of any subsequent resale, disposal or use accruing to the seller - see box 9(b)			
	17 Costs of delivery to (place of introduction)			
	(a) transport			
(b) loading and handling charges				
(c) insurance				
	18 Total B			
C. DEDUCTIONS: Costs in NATIONAL CURRENCY INCLUDED in A above (*)	19 Costs of transport after arrival at place of introduction			
	20 Charges for construction, erection, assembly, maintenance or technical assistance undertaken after importation			
	21 Other charges (specify)			
	22 Customs duties and taxes payable in the Community by reason of the importation or sale of the goods			
	23 Total C			
24 VALUE DECLARED (A + B - C)				
(*) Where amounts are payable in FOREIGN CURRENCY, indicate in this section the amount in foreign currency and the rate of exchange by reference to each relevant element and item.				
Reference	Amount	Rate of exchange		

Fuente: http://exporthelp.europa.eu/update/requirements/ehir_eu10_00v001/eu/auxi/eu_gen_valuedec_dv1.pdf consulta enero 2010.

CERTIFICADO SANITARIO

PAÍS:

Parte I: Detalles del envío	I.1. Expedidor: Nombre: _____ Dirección: _____		I.2. N° de referencia del certificado:	
	I.4. Destinatario: Nombre: _____ Dirección: _____		I.3. Autoridad Competente	
	I.5. País de origen: _____ Código ISO*		I.6. Zona o compartimento de origen**	
	I.7. País de destino: _____ Código ISO*		I.8. Zona o compartimento de destino**	
	I.9. Lugar de origen: Nombre: _____ Dirección: _____			
	I.10. Lugar de carga		I.11. Fecha de salida:	
	I.12. Medio de transporte: Aeronave ☐ Buque ☐ Vagón ☐ Vehículo ☐ Otro ☐ de ferrocarril Identificación: _____		I.13. Puerto fronterizo previsto. I.14. Número(s) de autorización CITES**.	
	I.15. Descripción de la mercancía:		I.16. Código de la mercancía (código ISO).	
			I.17. Cantidad/peso total.	
	I.18.		I.19. Número total de contenedores.	
	I.20. N° del precurso y n° del contenedor		I.21. Tipo de embalaje:	
	I.22. Mercancías certificadas para: Reproducción ☐ Cría ☐ Sacrificio ☐ Repoblación ☐ Ornamental ☐ Concurso/Exhibición ☐ Otros ☐ Si otros, precisar: _____			
	I.23. Para importación o admisión: Importación definitiva ☐ Readmisión ☐ Admisión temporal ☐			
	I.24. Identificación de las mercancías: Anfibio ☐ Crustáceo ☐ Pez ☐ Molusco ☐ Población silvestre ☐ Población cultivada ☐ Especie (nombre científico) Edad* Sistema de identificación* Número del lote* Sexo*			

* Facultativo ** Si existe una referencia en la parte II

Fuente: http://www.oie.int/ESP/normes/fcode/es_chapitre_1.5.10.htm consulta enero 2010.

CERTIFICADO CITES

COMUNIDAD EUROPEA		ANEXO AL PERMISO / CERTIFICADO Nº	
SOLICITUD	Autoridad expedidora: MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO Secretaría General de Comercio Exterior Subdirección General de Inspección, Certificación y Asistencia Técnica del Comercio Exterior ESPAÑA	☐ IMPORTACIÓN ☐ EXPORTACIÓN ☐ REEXPORTACIÓN ☐ OTRO/OTRA:	
	Firma y sello de la Autoridad Expedidora:	Fecha de emisión: _____ Página _____ de _____	
5	 Convención sobre el comercio internacional de especies amenazadas de fauna y flora silvestres		
A	8. Descripción de los especímenes (por ejemplo, marcado, sexo/fecha de nacimiento de los animales vivos)	9. Masa neta (Kg)	10. Cantidad
		11. Apéndice CITES	12. Anexo CE
		13. Origen	14. Finalidad
		15. País de origen	
		16. Nº del permiso	
		17. Fecha de emisión	
		18. País de última reexportación	
		19. Nº del certificado	
		20. Fecha de emisión	
		21. Nombre científico de la especie	
22. Nombre común de la especie			
B	8. Descripción de los especímenes (por ejemplo, marcado, sexo/fecha de nacimiento de los animales vivos)	9. Masa neta (Kg)	10. Cantidad
		11. Apéndice CITES	12. Anexo CE
		13. Origen	14. Finalidad
		15. País de origen	
		16. Nº del permiso	
		17. Fecha de emisión	
		18. País de última reexportación	
		19. Nº del certificado	
		20. Fecha de emisión	
		21. Nombre científico de la especie	
22. Nombre común de la especie			
C	8. Descripción de los especímenes (por ejemplo, marcado, sexo/fecha de nacimiento de los animales vivos)	9. Masa neta (Kg)	10. Cantidad
		11. Apéndice CITES	12. Anexo CE
		13. Origen	14. Finalidad
		15. País de origen	
		16. Nº del permiso	
		17. Fecha de emisión	
		18. País de última reexportación	
		19. Nº del certificado	
		20. Fecha de emisión	
		21. Nombre científico de la especie	
22. Nombre común de la especie			

Fuente: <http://www.cites.es/NR/rdonlyres/67B243E1-F602-4ABB-B7DA-A768E5E329EB/0/anexoalpermisocertificadosolicitud.pdf> consulta enero 2010.