

GUÍA DE IMPORTACIÓN A ESPAÑA



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	5
ESCENARIO POLÍTICO/ECONÓMICO.....	8
CIFRAS DE IMPORTACIÓN.....	9
PRINCIPALES SECTORES ECONÓMICOS.....	11
ESPAÑA EN LA UNIÓN EUROPEA (UE).....	12
¿CONSIDERANDO IMPORTAR?.....	12
EL MERCADO DE LA UE.....	13
ORGANISMOS EN ESPAÑA	14
PROCEDIMIENTOS.....	16
SEGURIDAD DE LOS PRODUCTOS	17
Normalización técnica	17
Mercado «CE».....	18
Seguridad de los alimentos	19
PROPIEDAD INDUSTRIAL E INTELLECTUAL	20
Registro del Nombre y Marca Comercial.....	20
Ley de Propiedad Intelectual.....	20
Derechos de autor de una página web	21
Ley Orgánica de Protección de Datos	21
REGÍMENES ADUANEROS DE IMPORTACIÓN	21
ZONAS Y DEPÓSITOS FRANCOS	22
ACUERDOS COMERCIALES	23
TRATADOS DE LIBRE COMERCIO (TLC).....	23
ACUERDOS DE ASOCIACIÓN ECONÓMICA (AAE)	25
SISTEMA DE PREFERENCIAS GENERALIZADAS (SPG).....	25
ACUERDOS DE LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE COMERCIO (OMC).....	26

RESTRICCIONES COMERCIALES EN LA IMPORTACIÓN	27
PRODUCTOS PROHIBIDOS	27
EXENCIÓN DE DERECHOS ARANCELARIOS.....	27
Suspensiones	27
Contingentes.....	28
Antidumping.....	29
SALVAGUARDIA.....	29
ENVÍO DE MUESTRAS Y MATERIAL PUBLICITARIO	30
MUESTRAS	30
IMPORTACIONES TEMPORALES.....	31
CONCEPTOS.....	32
NORMATIVA DE EMBALAJE.....	32
EMBALAJES Y ETIQUETADO	32
ETIQUETADO	33
Requisitos del etiquetado.....	33
Contenido general obligatorio	34
Etiqueta Ecológica Europea	34
Normativas.....	35
EL ARANCEL ADUANERO COMÚN.....	36
Cálculo de aranceles.....	36
IMPUESTOS, ARANCELES Y ADUANAS	36
EL SISTEMA ARMONIZADO Y LA CODIFICACIÓN DE MERCANCÍAS	37
DESTINOS ADUANEROS	38
INFORMACIÓN ARANCELARIA VINCULANTE.....	39
REDUCCIONES ARANCELARIAS.....	39
IMPUESTOS ESPECIALES	40
IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO (IVA).....	40
Canarias, Ceuta y Melilla.....	41
PRESENTACIÓN DE DOCUMENTOS.....	42
Declaración sumaria de entrada	42

DOCUMENTOS COMERCIALES.....	42
DOCUMENTOS DE TRANSPORTE	43
DOCUMENTOS COMERCIALES.....	44
OTROS CERTIFICADOS SEGÚN EL TIPO DE PRODUCTO.....	46
FORMAS DE PAGO INTERNACIONALES E INCOTERMS	47
RIESGOS	47
Riesgo político o riesgo país.....	47
Riesgo de tipo de cambio.....	47
LA FACTURA COMERCIAL	48
CLASIFICACIÓN	49
TÉRMINOS COMERCIALES INTERNACIONALES: INCOTERMS 2010	51
¿Y para qué las ferias?	54
FERIAS COMERCIALES.....	54
COMERCIO MINORISTA.....	56
CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	56
DISTRIBUCIÓN MAYORISTA.....	57
OTRAS TENDENCIAS	59
COMERCIO ELECTRÓNICO, VERDADERO PROTAGONISTA DE ACTUALIDAD Y FUTURO	60
TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN CON ESPAÑOLES.....	61
ENLACES DE UTILIDAD	63

INTRODUCCIÓN

Con un poder adquisitivo en la línea con la media europea, España es la cuarta economía de la zona euro, la quinta de la Unión Europea (UE) y la decimotercera del mundo en términos de Producto Interior Bruto (PIB) nominal.

Tradicionalmente, España ha sido un país agrícola y aún hoy es uno de los mayores productores de Europa occidental. No obstante, el crecimiento industrial y tecnológico son pilares fundamentales en el desarrollo económico del país.

A estos habría que sumarle los más de **65 millones de turistas internacionales** que visitaron este país en 2014, cifra que se viene incrementando cada año convirtiendo España en un enclave estratégico para la entrada de nuevas marcas y empresas.

Por su **privilegiada posición geográfica**, sus lazos históricos y su enorme mercado interior España es una excelente plataforma de entrada para hacer negocios con la Unión Europea, así como con África, Oriente Medio y especialmente con Latinoamérica.

Este país destaca por su poderosa **red de comunicaciones e infraestructuras** e indudablemente por su fuerza laboral altamente competitiva y cualificada.

Red de carreteras Europeas



INTRODUCCIÓN



INTRODUCCIÓN

Ficha país

Nombre oficial Reino de España.

Superficie 505.968 km²

Situación geográfica En Europa meridional. Limita al norte con Francia y Andorra, al oeste con Portugal. También, comprende las Islas Baleares en el Mar Mediterráneo, las Islas Canarias en el Océano Atlántico y las provincias de Ceuta y Melilla en el norte de África.

Recursos Carbón, zinc, hierro, mercurio, plomo y uranio.

Población 47.670.262 habitantes (Mayo del 2015)

Densidad 92,1 habitantes/km²

Capital Madrid (3.293.600 hab.)

Principales ciudades Barcelona (1.602.400 hab.), Valencia (807.200 hab.), Sevilla (696.600 hab.), Bilbao (346.600 hab.)

PIB per cápita 22.780 €

Religiones Aunque es un estado laico, el 71,8% son católicos, el 15% ateo y el resto, creyentes de otras confesiones.

Lenguas El español es lengua oficial de todo el Estado. El catalán, valenciano, gallego y vasco son lenguas cooficiales en las respectivas Comunidades Autónomas.

Formalidades de entrada Los ciudadanos de cualquier estado de la Unión Europea, Suiza, Noruega, Islandia y Liechtenstein necesitan el Documento Nacional de Identidad o el pasaporte en vigor. Los viajeros procedentes del resto del mundo además deben tener visado.

División administrativa 17 Comunidades Autónomas, 50 provincias y 2 ciudades autónomas, Ceuta y Melilla.

Moneda Euro (EUR). Fracción monetaria: céntimo. De los 28 países integrantes de la Unión Europea, 19 han adoptado el Euro: Alemania, Austria, Bélgica, Chipre, Eslovaquia, Eslovenia, España, Estonia, Finlandia, Francia, Grecia, Irlanda, Italia, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malta, Países Bajos y Portugal.

Periodo	Cambio de venta EUR - USD
2015	1.1233
2014	1.3293

INTRODUCCIÓN



ESCENARIO POLÍTICO/ECONÓMICO

Rey: FELIPE VI (desde 19 de Junio de 2014). Monarquía constitucional basada en una democracia parlamentaria y título hereditario.

Presidente del Gobierno: Mariano RAJOY (desde diciembre de 2011), PP.

Próximas elecciones: Noviembre de 2015.

De fiscalidad relativamente moderada, España es el país de su entorno con mayor número de tratados de doble imposición y de protección de las inversiones. El poder en España se halla muy **descentralizado**, y las Comunidades Autónomas disponen de un alto nivel de potestad legislativa, ejecutiva y fiscal.

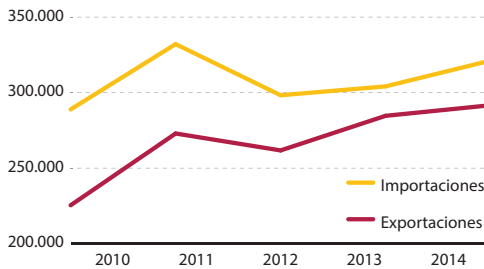
Por su parte, el dinamismo del sector exterior español ha jugado un papel vital en la superación de la recesión: fue el único capaz de aportar, incluso en los peores momentos, crecimiento al conjunto de la actividad. **Las exportaciones** de productos y servicios de alto valor añadido elaborados en España mantienen a flote muchas empresas.

INTRODUCCIÓN

CIFRAS DE IMPORTACIÓN

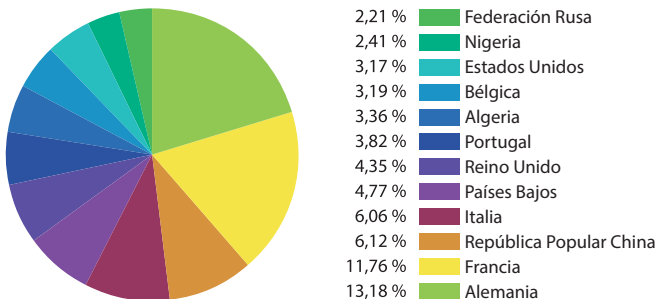
En 2014, las **importaciones** en España crecieron un 5,70% respecto al año anterior y supusieron ese año 321.191 millones de euros. En Febrero de 2015 esta cifra alcanzó 22.025 millones de Euros, un 5,7% más que en el mismo mes del año anterior.

Exportaciones e importaciones en España (millones de €)



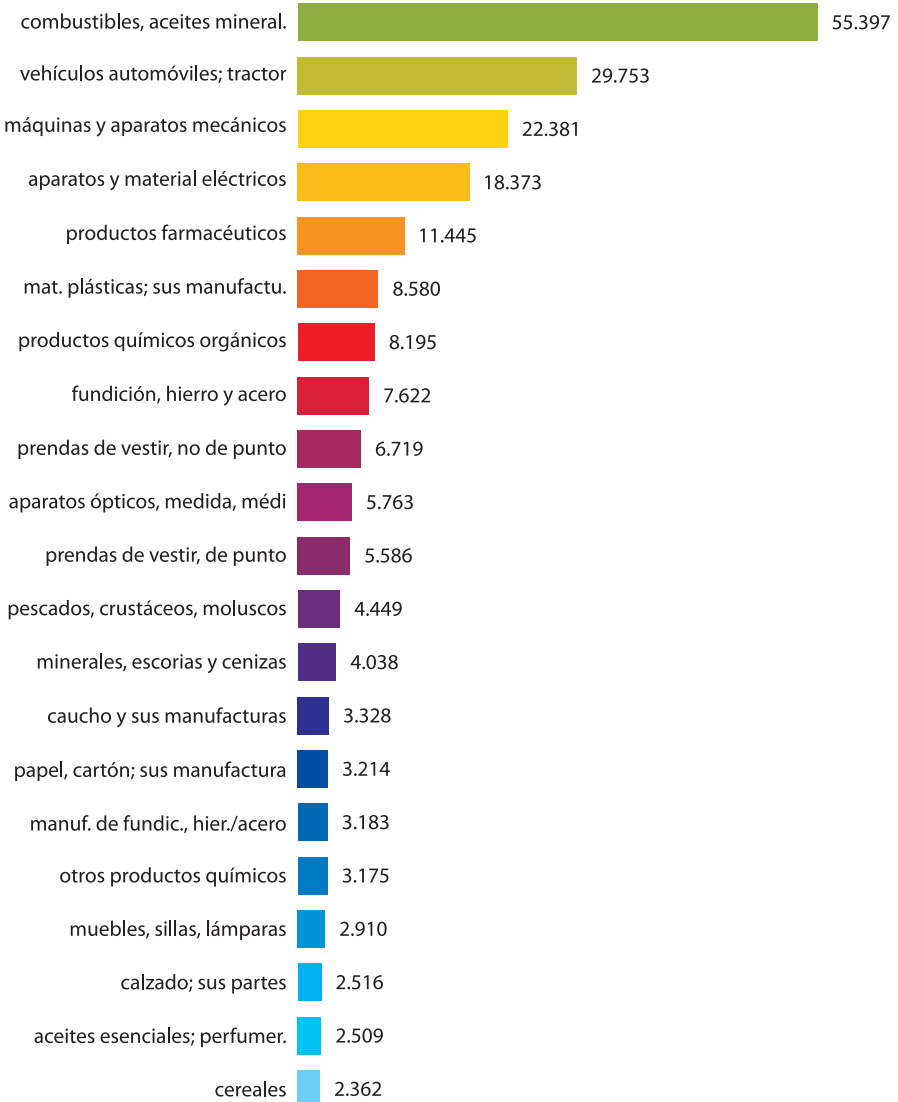
Hasta ahora, el **déficit** domina la balanza comercial ya que, a pesar de producirse un incremento de las exportaciones, continúan siendo menores que las importaciones. Aunque, estudiando la evolución de las importaciones en España en los últimos años, se observa que han ido incrementando gradualmente.

Respecto a los principales **países asociados**, el siguiente gráfico muestra los porcentajes de participación durante el pasado año 2014.



INTRODUCCIÓN

Como referencia, los **sectores industriales** protagonistas en las importaciones a España (en millones de €) son:



INTRODUCCIÓN

PRINCIPALES SECTORES ECONÓMICOS

España produce trigo, remolacha azucarera, cebada, tomates, aceitunas, cítricos, uvas y corcho. Es el mayor productor de **aceite de oliva** del mundo y el tercero de **vino**. También es el mayor productor de limones, naranjas y fresas.

La manufacturación está dominada por el sector **textil**, el procesamiento industrial de alimentos, la producción de hierro y el acero, así como de maquinaria, ingeniería naval y **calzado**. Los nuevos sectores, como la deslocalización de la fabricación de componentes electrónicos, la **tecnología de la información y las telecomunicaciones**, ofrecen un gran potencial de crecimiento.

España es el tercer país de la UE con mayor número de **centros de I+D** de filiales multinacionales que desarrollan actividades relacionadas con la biotecnología.

El **turismo** es la mayor fuente de ingresos del país, que se ha convertido en el tercer destino turístico del mundo, estimulando así la exportación e importación de bienes y servicios.



¿CONSIDERANDO IMPORTAR?



ESPAÑA EN LA UNIÓN EUROPEA (UE)

España celebra en 2015 el 30 aniversario de su adhesión a la Unión Europea.

El éxito de esta aventura es incuestionable, permitiendo a España acelerar su paso a la **modernidad, fortalecer su economía y adquirir una mayor relevancia en el escenario internacional**. Sus ciudadanos han adquirido nuevos derechos y un sinfín de oportunidades para vivir, estudiar o trabajar en cualquiera de los Estados miembro, disfrutando de los mismos derechos que sus conciudadanos europeos.

Desde su incorporación, España redefine constantemente su papel dentro de la UE, pasando de la periferia menos evolucionada a convertirse en uno de los principales protagonistas con una fuerte y consolidada representación dentro de las instituciones europeas, caracterizada por la constante aportación de ideas e iniciativas para contribuir a su desarrollo.

Asimismo, tiene un papel imprescindible en la toma de decisiones en materias de defensa de los sectores clave de la economía comunitaria mientras contribuye a promover un desarrollo sostenible y armónico en el conjunto de los estados. Y ha aprovechado este liderazgo para impulsar **los lazos entre la UE y América Latina** y con los países del **sur del Mediterráneo**, a través de proyectos como la **Cumbre UE-América Latina y Caribe** o la creación de la **Unión por el Mediterráneo**.

La España de hoy no puede entenderse sin Europa ya que la integración en este marco ha supuesto una nueva forma de entender la política, la economía y el día a día de los ciudadanos.

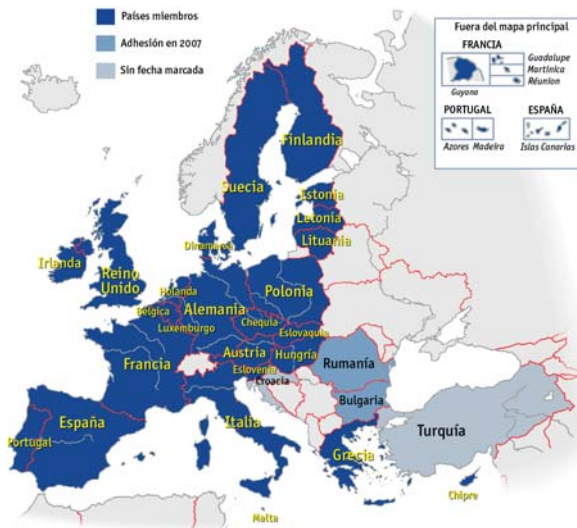
¿CONSIDERANDO IMPORTAR?

EL MERCADO DE LA UE

Exportar a la UE permite beneficiarse del enorme mercado europeo: **28 países** (Alemania, Austria, Bélgica, Bulgaria, Chipre, Croacia, Dinamarca, Eslovenia, España, Estonia, Finlandia, Francia, Grecia, Holanda, Hungría, Irlanda, Italia, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malta, Polonia, Portugal, Reino Unido, República Checa, República Eslovaca, Rumanía y Suecia), de los restantes estados parte en el Acuerdo sobre el Espacio Económico Europeo (Noruega, Islandia y Liechtenstein) y de los nacionales de la Confederación Suiza que suponen más de **480 millones de consumidores**.

En cierta medida, las distintas y complejas legislaciones nacionales se han ido sustituyendo gradualmente por un paquete único de normas europeas que reducen los costes y los inconvenientes de las empresas que quieren mantener relaciones comerciales en otros países de la UE.

A lo largo de esta guía, muchas de las normativas, documentación, aranceles, restricciones, etc. son comunes para todos los estados miembro de la UE, aunque a ellos se refiera únicamente como "españoles" y viceversa.



¿CONSIDERANDO IMPORTAR?

ORGANISMOS EN ESPAÑA

Además de las **Cámaras de Comercio** españolas oficiales, las **Oficinas Comerciales** repartidas por el mundo, las **Embajadas y Consulados** españoles en el extranjero y el **Instituto Español de Comercio Exterior** (ICEX), existen otras instituciones muy activas y con mucho poder a las que dirigirse a la hora de emprender la carrera internacional, especialmente cuando se trate de una expansión programada por parte de países en vías de desarrollo.

Sus principales intervenciones se centran en:

- *Potenciar la no discriminación entre los productos nacionales y los productos de otros países.*
- *Promover la apertura y disminuir los obstáculos comerciales (aranceles, prohibiciones, contingentes) para fomentar el comercio.*
- *Incitar a las economías a ser previsibles y transparentes.*
- *Promover la competitividad empresarial desalentando las prácticas desleales y el dumping.*
- *Beneficiar a los países en vías de desarrollo, concediéndoles más tiempo para realizar ajustes, mayor flexibilidad y algunos privilegios especiales.*
- *Fomentar la protección del medio ambiente.*

Otras iniciativas conjuntas importantes desarrolladas entre estos organismos y las asociaciones sectoriales para promocionar los productos españoles en el exterior son las **misiones comerciales** que pueden ser:

Misiones comerciales directas: el objetivo es que las empresas españolas puedan desplazar a un grupo de delegados a los países de destino para analizar sobre el terreno las posibilidades reales. De esta manera, muestran en el extranjero la oferta española, especialmente en mercados de difícil acceso o escasamente desarrollados, e identifica la demanda del país en cuestión.

Misiones inversas: dirigidas a compradores o a creadores de opinión. El modo de funcionamiento es la captación de profesionales extranjeros para que vengan a nuestro país y puedan conocer así las características de la oferta española.

¿CONSIDERANDO IMPORTAR?

Otras **entidades nacionales** donde encontrar apoyo, consultoría, financiación, promoción, formación, innovación, noticias de actualidad y las pautas de adaptación necesarias para lanzarnos a exportar son:

- **SPRI**, *la Agencia Vasca de Desarrollo Empresarial dependiente del Gobierno Vasco.*
- **EXTENDA**, *el Organismo de Promoción del Comercio Internacional de la comunidad autónoma de Andalucía.*
- **COPCA**: *el Consorci de Promoció Comercial de Catalunya, instrumento del Govern de la Generalitat de Catalunya.*
- **IGAPE**: *el Instituto Gallego de Promoción Económica, adscrito a la Consellería de Economía e Industria para el desarrollo económico de Galicia.*
- **IVACE**: *el Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial de la Generalitat Valenciana.*

Y otras como **ADER, ARAGÓN EXTERIOR, ASTUREX, EXCAL, AVANTE, IDI, INFO MURCIA, IPEX, PROEXCA, SODENA y SODERCAN.**

PROCEDIMIENTOS

A efectos prácticos se denomina **importación** si la transferencia se realiza desde países no pertenecientes a la Unión Europea. Si se trata de transferencias con países comunitarios, es decir, en el seno de la Unión Europea se denominaría **introducción**.

Registros

Representante autorizado en la UE

Los fabricantes de países no pertenecientes a la UE que deseen vender sus productos en la UE deben designar un representante establecido en la UE para que actúe en su nombre. Esta figura será la responsable de que el diseño y la fabricación de los productos respeten todos los requisitos aplicables y de que se lleve a cabo el procedimiento obligatorio de evaluación de la conformidad.

Las autoridades aduaneras están autorizadas a suspender el despacho de las mercancías que representen una amenaza grave para la salud o la seguridad o carezcan de la documentación exigida.

Declaración censal

Declaración censal de comienzo, modificación y cese de actividad, que han de presentar a efectos fiscales, los empresarios, los profesionales y otros obligados tributarios (importadores, distribuidores, representantes, etc.).

Registro como operador económico (número EORI)

El número de registro e identificación de operadores económicos (EORI) es un identificador único, asignado por la autoridad aduanera europea que se tramita a través de la aduana del país de establecimiento, para los operadores económicos, tanto empresas como particulares, que realicen actividades cubiertas por la legislación aduanera de la UE.

Registro Especial de Operadores de Comercio Exterior (REOCE)

En el caso de importación y/o comercialización de material de defensa, deportivo o de caza, policial y antidisturbios, y de productos y tecnologías de doble uso, la empresa (los particulares están exentos) debe estar inscrita en el Registro Especial de Operadores de Comercio Exterior (REOCE) del Ministerio de Economía y Competitividad con el fin de poder solicitar autorización para dichas operaciones.

PROCEDIMIENTOS

SEGURIDAD DE LOS PRODUCTOS

Para proteger los derechos de los consumidores, las mercancías importadas en la UE deben cumplir con unos requisitos específicos referentes a la seguridad de los productos, normalización técnica, envasado y etiquetado.

Según la legislación europea sobre seguridad de los productos, los fabricantes y los distribuidores deben:

- *Suministrar productos que cumplan con los requisitos generales de seguridad.*
- *Informar a los consumidores sobre los riesgos que puede suponer un producto y las precauciones que se deben tomar.*
- *Notificar a las autoridades nacionales pertinentes si descubren que un producto es peligroso y cooperar con ellas en las medidas que se adopten para proteger a los consumidores.*

Junto con las normas generales de seguridad de los productos, a determinadas categorías de productos, como cosméticos y productos farmacéuticos, se les aplican unas normas específicas.

Normalización técnica

La UE anima a los países miembro a adoptar normas técnicas armonizadas que han ido cambiando a lo largo de los años. Se entiende que los productos que se fabrican siguiendo estas normas cumplen los requisitos esenciales: desde las directivas técnicas y detalladas específicas para cada producto, que aún incluyen alimentos, vehículos a motor, productos químicos, cosméticos, detergentes, biocidas y productos farmacéuticos, hasta los requisitos **esenciales de salud y seguridad** que los productos deben cumplir para poder ser comercializados en la UE (como salud, seguridad, protección de los consumidores y protección medioambiental) especificaciones técnicas de productos específicos recogidas en **normas armonizadas** (voluntario).

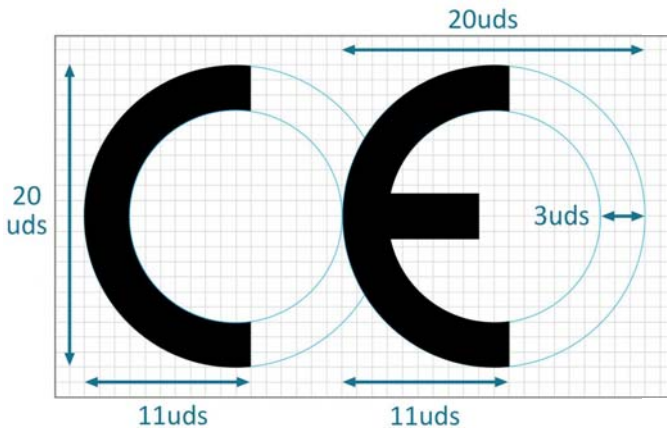
PROCEDIMIENTOS

Marcado «CE»

El marcado CE indica que un producto reúne todos los requisitos esenciales aplicables y que ha superado el procedimiento de evaluación de la conformidad correspondiente.

- *Consiste en el marcado «CE» y el número de identificación del organismo notificado que participa en la evaluación.*
- *Debe figurar en el producto, en su envase o en la documentación que lo acompañe.*
- *Permite la comercialización del producto en la UE.*

Las autoridades nacionales de los países de la UE son responsables de la **vigilancia del mercado** para asegurar que los productos reúnen los requisitos para ser comercializados en el mercado de la UE.



PROCEDIMIENTOS

Seguridad de los alimentos

La normativa de la UE en materia de seguridad alimentaria se ha creado para proteger la salud humana y los intereses de los consumidores, mientras que el objetivo de la normativa sobre los piensos animales es proteger la salud humana, animal y el medio ambiente.

Seguridad de los alimentos

Sanidad animal

La normativa de la UE en materia de sanidad relativa a los animales y a los productos de origen animal ha sido pensada para proteger y mejorar la salud, en concreto, de los destinados a la producción de alimentos estableciendo dos grupos:

- ✓ *Productos de origen Animal para consumo Humano.*
- ✓ *Productos de origen Animal para consumo No Humano.*

Fitosanidad

A la hora de exportar vegetales o productos vegetales, incluidas frutas, verduras y productos de madera a la UE, los productos deben cumplir la normativa de la UE relativa a la fitosanidad, ya que no se permite importar en la UE determinados organismos clasificados, a menos que se den unas circunstancias concretas. Tanto los vegetales como los productos vegetales que se especifican deberán ir acompañados de un certificado fitosanitario.

Control de Calidad Comercial y de Conformidad SOIVRE

Con independencia de los regímenes comerciales a los que pueda estar sometida la importación de los productos, para su despacho aduanero se requiere la presentación del correspondiente certificado de conformidad de su calidad comercial respecto a las disposiciones aplicables.

El NRC (documento de control) es emitido por el Servicio de Inspección SOIVRE de las Direcciones Territoriales y Provinciales de Comercio como resultado de la evaluación de riesgo a la que se ha sometido la solicitud y/o de las actuaciones de control físico y/o documental realizadas en su caso para la verificación de la conformidad del producto con las normas aplicables en materia de seguridad de los productos, y habilita para continuar con el despacho aduanero, principalmente de los sectores de juguetes, calzado, textil y aparatos eléctricos.

PROCEDIMIENTOS

PROPIEDAD INDUSTRIAL E INTELECTUAL

El Acuerdo de la OMC sobre la propiedad intelectual consiste básicamente en una serie de normas que rigen el comercio y las inversiones en el ámbito de las ideas y de la creatividad. Esas normas establecen cómo se deben proteger en los intercambios comerciales el derecho de autor, las patentes, las marcas de fábrica o de comercio, las indicaciones geográficas utilizadas para identificar a los productos, los dibujos y modelos industriales, los esquemas de trazado de los circuitos integrados y la información no divulgada, por ejemplo los secretos comerciales, aspectos todos éstos conocidos como “propiedad intelectual”.

Las personas físicas o jurídicas que no tengan ni domicilio ni establecimiento industrial o comercial efectivo y serio **en un estado miembro de la Comunidad Europea** deberán actuar, en todo caso, mediante un Agente de la Propiedad Industrial inscrito en la Oficina Española de Patentes y Marcas.

Registro del Nombre y Marca Comercial

El nombre y marca comercial son el signo y denominación que sirve para identificar a una persona física o jurídica en el ejercicio de su actividad empresarial y la distingue de otras empresas que desarrollan actividades idénticas o similares. El nombre comercial es un título de propiedad industrial que confiere a su titular el derecho exclusivo a utilizarlo en el tráfico comercial y a impedir que otras personas lo utilicen sin su consentimiento.

La solicitud y registro del nombre y marca se tramita ante la **Oficina Española de Patentes y Marcas**. El proceso de solicitud se describe en la página Web de la **Oficina Española de Patentes y Marcas** o el **Centro de apoyo a la Pyme en gestión de la propiedad industrial**.

Ley de Propiedad Intelectual

La Ley de Propiedad Intelectual atribuye al autor la propiedad de una obra literaria, artística o científica por el sólo hecho de su creación. La inscripción de la obra en el Registro de la Propiedad Intelectual no es obligatoria sino potestativa. Para registrarla se debe presentar una solicitud en el Registro de la Propiedad Intelectual y pagar una tasa. El modelo de solicitud y la documentación que hay que adjuntar, se facilitan en el **Registro General de la Propiedad Intelectual**.

PROCEDIMIENTOS

Derechos de autor de una página web

Los distintos elementos que componen una página web, sus contenidos, el diseño y el código fuente, se protegen de acuerdo con la **normativa de Propiedad Intelectual**, a través de los **derechos de autor**.

También pueden resultar útiles la web de la Sociedad General de Autores y Editores (**SGAE**), y la de la **Asociación española de Derecho de la Propiedad Intelectual**.

Ley Orgánica de Protección de Datos

Siempre que se soliciten datos de carácter personal de los clientes personas físicas, se aplicará la normativa sobre Protección de Datos de Carácter Personal. En la página web de la **Agencia de Protección de Datos**, en el apartado dedicado a los responsables de los ficheros, se informa de las obligaciones, de la inscripción de ficheros, así como del documento de seguridad.

REGÍMENES ADUANEROS DE IMPORTACIÓN

La aplicación de los diferentes regímenes se hace en función de los productos y/o del país de origen/destino de los mismos.



PROCEDIMIENTOS

Embargos comerciales

En circunstancias excepcionales, el régimen de importación frente a un determinado país puede ser objeto de modificaciones como consecuencia de la imposición de embargos comerciales decretados por Organismos internacionales o por instancias comunitarias.

ZONAS Y DEPÓSITOS FRANCOS

Son las áreas especiales del territorio aduanero de la UE en las que pueden introducirse mercancías no sujetas al pago de derechos aduaneros, IVA e impuestos especiales, ni a otras formalidades de importación, en espera de que se les asigne otro destino aduanero o se reexporten. En el marco de este procedimiento, las mercancías también pueden someterse a operaciones sencillas tales como su transformación o reenvasado.

Localización

Las Zonas Francas que existen actualmente en España están en Barcelona, Cádiz, Vigo y Las Palmas de Gran Canaria.

Los Depósitos Francos se encuentran ubicados en: Algeciras, Alicante, Bilbao, Cartagena, Gijón, La Coruña. Las Palmas de Gran Canaria, Madrid-Aeropuerto, Málaga, Pasajes, Santander, Tarragona, Valencia, Villafraía (Burgos) y Zaragoza.

Los almacenes, y factorías exentos de impuestos, igualmente son recintos aduaneros en régimen suspensivo y sin plazo de almacenamiento.



ACUERDOS COMERCIALES

TRATADOS DE LIBRE COMERCIO (TLC)

La UE mantiene numerosos acuerdos de Libre Comercio con determinados países en todo el mundo. Estos acuerdos a menudo incluyen, además de un tratamiento arancelario preferencial, cláusulas sobre facilitación del comercio y reglamentación comercial en ámbitos como la inversión, la propiedad intelectual, la contratación pública, las normas técnicas y las medidas sanitarias y fitosanitarias que normalmente implican concesiones por ambas partes. Aunque en ocasiones se trata de reducciones unilaterales que concede únicamente la Unión Europea.

Fuente: Comisión Europea Trade



■ Countries with which the EU has a preferential trade agreement in place:

Mexico - Chile - Peru - Morocco - Algeria - Tunisia - Egypt - Jordan - Israel - Occupied Palestinian Territory - Lebanon - Syria - Former Yugoslav Republic of Macedonia - Albania - Serbia - Montenegro - Bosnia-Herzegovina - Croatia - Switzerland - Singapore - Republic of Korea (South Korea) - Antigua* - Barbuda* - Belize* - Bahamas* - Barbados* - Dominica* - Dominican Republic* - Grenada* - Guyana* - Haiti* - Jamaica* - St Kitts and Nevis* - St Lucia* - St Vincent and the Grenadines* - Suriname* - Trinidad and Tobago*

■ Countries with which the EU negotiates or has a preferential agreement pending official conclusion:

Canada - India - Malaysia - Brazil - Argentina - Uruguay - Paraguay - Saudi Arabia - Botswana* - Cameroon* - Ivory Coast* - Kuwait - Qatar - United Arab Emirates - Fiji* - Oman - Bahrain - Libya - Cook Island* - Kiribati* - Lesotho* - Swaziland* - Mozambique* - Marshall Islands* - Micronesia* - Nauru* - Samoa* - Solomon* - Tonga* - Tuvalu* - Vanuatu* - Angola* - Namibia* - Comoros* - Djibouti* - Eritrea* - Ethiopia* - Malawi* - Sudan* - Zambia* - Burundi* - Kenya* - Rwanda* - Uganda* - Tanzania* - Central African Republic* - Chad* - Congo* - Democratic Republic of Congo* - Equatorial Guinea* - Gabon* - Sao Tome and Principe* - Benin* - Burkina Faso* - Cape Verde* - Gambia* - Ghana* - Guinea* - Guinea-Bissau* - Liberia* - Mali* - Mauritania* - Niger* - Nigeria* - Senegal* - Sierra Leone* - Togo* - Zambia* - Vietnam - Moldova - Armenia - Georgia - United States of America - Thailand - Japan - Ukraine - Colombia - Panama - Costa Rica - El Salvador - Guatemala - Nicaragua - Honduras - South Africa* - Mauritius* - Madagascar* - Seychelles* - Zimbabwe* - Papua New Guinea*

■ Countries with which the EU is considering opening preferential negotiations:

Azerbaijan - Brunei Darussalam - Indonesia - Philippines - Ecuador - Bolivia

*Economic Partnership Agreements

ACUERDOS COMERCIALES

La UE mantiene acuerdos recíprocos con los siguientes países:

- *En la cuenca del Mediterráneo: Argelia, Egipto, Israel, Jordania, Líbano, Marruecos, Territorios palestinos, Siria y Túnez.*
- *Con CHILE existe el Acuerdo de Asociación y de Protocolo.*
- *Con MÉJICO, una asociación económica, coordinación política y acuerdo de cooperación.*
- *Con SUDÁFRICA, un Acuerdo de Desarrollo y Cooperación desde el año 2000.*
- *Con COREA, COSTA DE MARFIL y CAMERÚN, un Acuerdo de Colaboración Económica.*
- *Un Acuerdo Preferencial con PERÚ y otro con COLOMBIA basados en derechos preferenciales reducidos y en el establecimiento de contingentes para los productos más competitivos.*
- *Un Acuerdo Preferencial con los países de AMÉRICA CENTRAL (Costa Rica, Nicaragua, Guatemala, El Salvador, Honduras, Panamá), que deja libre de derechos de importación el 95 % de los productos industriales, prácticamente el 100 de los productos pesqueros y para los productos agrícolas se utiliza un sistema mixto de calendarios de reducciones y contingentes.*
- *Por su parte los países Centroamericanos también se comprometen a reducir sus aranceles para los productos exportados y originarios de la Unión Europea, el 70 % de los productos de manera directa y luego se irán aumentando las reducciones en base a unos calendarios de rebajas durante 10 años.*
- *Un Acuerdo Preferencial con CANADÁ principalmente para el sector textil.*
- *Preferencias negociadas con GEORGIA, MOLDAVIA, ARMENIA, INDIA y MERCOSUR que tendrán reducciones arancelarias y un control de limitación máxima.*

En todos los casos, los productos deberán estar acompañados de un documento que demuestre su estado y/o su origen, EUR1, ATR, Certificado de Origen, etc.

ACUERDOS COMERCIALES



ACUERDOS DE ASOCIACIÓN ECONÓMICA (AAE)

Son acuerdos unilaterales comerciales y de desarrollo entre la UE y los países de África, el Caribe y el Pacífico (ACP) destinados a facilitar la integración de los mismos en la economía mundial a través de la liberalización comercial gradual y la mejora de la cooperación relacionada con el comercio.

Están adaptados a circunstancias regionales específicas y fomentan el crecimiento sostenible y la reducción de la pobreza a través del comercio, incluyendo asistencia para ayudar a los países de ACP a implementar los acuerdos.

SISTEMA DE PREFERENCIAS GENERALIZADAS (SPG)

El 1 de enero de 2014 empezó a aplicarse en la Unión Europea un nuevo Sistema de Preferencias Generalizadas (SPG) cuyos objetivos principales son:

- *Centrar la ayuda en los países que más necesitan las preferencias comerciales.*
- *Fortalecer el SPG+ como incentivo de buena gobernanza y desarrollo sostenible.*
- *Lograr que el sistema sea más transparente, estable y previsible.*

Estos tres regímenes se consolidan reajustando las preferencias y garantizando mejores resultados.

ACUERDOS COMERCIALES

ACUERDOS DE LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE COMERCIO (OMC)

Los acuerdos de la OMC son fruto de negociaciones entre los estados miembro. El cuerpo de normas vigente está formado por los resultados de las negociaciones de la Ronda Uruguay, celebradas entre 1986 y 1994, que incluyeron una importante revisión del **Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio** (GATT) original.

El GATT constituye ahora el principal compendio de normas de la OMC por lo que se refiere al comercio de mercancías. La Ronda Uruguay también permitió establecer nuevas normas sobre el comercio de servicios, los aspectos pertinentes de la propiedad intelectual, la solución de diferencias y el examen de las políticas comerciales. Gracias a estos acuerdos los Miembros de la OMC conducen un sistema de comercio no discriminatorio que precisa sus derechos y obligaciones, normativa de productos, subvenciones, medidas antidumping, etc. Todos los países reciben garantías de que en los mercados de los demás países se otorgará a sus exportaciones un trato equitativo y uniforme y todos ellos se comprometen a hacer otro tanto con las importaciones dirigidas a sus propios mercados.



RESTRICCIONES COMERCIALES EN LA IMPORTACIÓN



PRODUCTOS PROHIBIDOS

Los artículos prohibidos en la importación a España son:

- *Drogas o estupefacientes*
- *Armas de fuego o sprays de auto defensa*
- *Animales y plantas en peligro de extinción (sin certificado CITES)*
- *Diamantes y piedras preciosas en bruto*
- *Pornografía*

Las restricciones impuestas por la normativa de importación de mercancías por correo ordinario o en caso de **envío express** son más estrictas.

EXENCIÓN DE DERECHOS ARANCELARIOS

Los derechos arancelarios se aplican a todas las mercancías importadas en la Unión Económica Europea. Sin embargo, existen circunstancias excepcionales.

Suspensiones

Los derechos aduaneros pueden suspenderse de forma temporal (total o parcialmente) para determinados productos como las materias primas, productos semielaborados o elementos que no existen en España. Nunca se conceden a productos elaborados.

RESTRICCIONES COMERCIALES EN LA IMPORTACIÓN

Contingentes

En el marco de los contingentes arancelarios, pueden importarse cantidades específicas de productos a tipos reducidos o nulos y vienen gestionados por la Dirección de Fiscalidad de la Comisión Europea.

Los **contingentes arancelarios preferenciales** se acuerdan a través de convenios comerciales y acuerdos preferenciales autónomos entre España y determinados terceros países. Esto significa que un volumen predeterminado de mercancías procedentes de un país específico puede importarse en España a un tipo de derecho más favorable.

Los **contingentes arancelarios autónomos** pueden abrirse para algunos sectores económicos con el fin de estimular su competencia en España. Suelen concederse a las materias primas, productos semielaborados o elementos que no existen en la UE en cantidad suficiente. No se conceden contingentes arancelarios a productos elaborados.



RESTRICCIONES COMERCIALES EN LA IMPORTACIÓN

Antidumping

Una compañía realiza prácticas de dumping si exporta un producto a España a precios inferiores al valor normal del producto (de los precios locales del producto o del coste de producción) en su propio mercado local.

La Comisión Europea es la responsable de investigar las acusaciones de dumping de productores exportadores de países no pertenecientes a la UE. Por lo general se abre una investigación tras recibir una denuncia por parte del productor español afectado, pero también puede actuar por iniciativa propia.

La investigación deberá probar que:

- *Existe dumping por parte de los productores exportadores del país o países en cuestión*
- *La industria española afectada ha sufrido perjuicios*
- *Existe una relación causal entre el dumping y los perjuicios registrados*
- *La imposición de medidas no es contraria al interés de la UE.*

Se aplicarán recargos fijados por la UE después de un expediente y cuando se demuestre que las mercancías importadas tienen un precio inferior al normal y su importación causa un perjuicio a la industria comunitaria. Podría considerarse que son una forma de corregir los efectos perjudiciales que tendrían las importaciones en la Unión Europea de mercancías a un coste inferior al normal de mercado.

SALVAGUARDIA

Un Miembro de la OMC puede adoptar una medida de salvaguardia, es decir, restringir temporalmente las importaciones de un producto, para proteger a una rama de producción nacional específica de un aumento de las importaciones de un producto que cause o amenace causar daño grave a esa rama de producción.

MUESTRAS

ENVÍO DE MUESTRAS Y MATERIAL PUBLICITARIO

De acuerdo con lo informado por el Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales, organismo dependiente de la Agencia Tributaria, el régimen de importación de muestras en España se rige por las siguientes disposiciones:

- Se entiende por **“muestras de mercancía”** aquellos artículos representativos de una categoría de mercancías cuyo modo de presentación y cantidad para una misma especie o cantidad de mercancía les hace inutilizables para otros fines que no sean los de la prospección comercial y sean destinadas a una exposición o manifestación similar, entendiéndose como tal: las exposiciones, ferias, salones de comercio, industria, agricultura, artesanía, etc.
- Las muestras serán pequeñas cantidades que estén en consonancia con la importancia de la exposición o feria y sirvan únicamente para su demostración; construcción o decoración de los “stands” y que se destruyan por el hecho de su utilización; para su distribución gratuita entre los asistentes a dichas manifestaciones.
- Las autoridades competentes podrán exigir que ciertos artículos, para poder ser admitidos con franquicia, sean definitivamente inutilizados (**mutilación**) por medio de corte, perforación, marca indeleble y manifiesta o por cualquier otro procedimiento, sin que esta operación pueda tener por efecto hacerles perder su condición de muestra.
- Que su valor no sea superior a 22 euros y su peso sea inferior a 10 kg que no puedan servir más que para la obtención de pedidos relativos a mercancías de la misma especie que las que representan, con objeto de importarlas en el territorio aduanero de la Comunidad.
- Es obligatorio que el envío viaje acompañando de una **factura** mostrando el precio reducido del artículo, siempre con la leyenda “muestras sin valor comercial”.

MUESTRAS



IMPORTACIONES TEMPORALES

Las personas que entren en España con muestras comerciales en el equipaje con la intención de retornarlas tras las actividades comerciales en este país, deben presentar una **factura** que muestre el número de unidades, la composición de las mismas y el precio reducido de los artículos, siempre mostrando la leyenda “muestras sin valor comercial”.

El **cuaderno ATA** es el documento aduanero internacional que permite la importación temporal de muestras comerciales, equipos o bienes profesionales. Este cuaderno o carnet posibilita que la mercancía viaje por un gran número de países con un único documento.

Este documento tiene un año de validez y facilita el movimiento de los productos que ahí figuran tantas veces como sea necesario durante ese período y a cualquiera de los destinos solicitados. Este documento se puede solicitar a través de la Cámara de Comercio del país de origen.

Este convenio Internacional tiene una amplia cobertura de países, que se puede consultar en el enlace siguiente:

<http://www.iccwbo.org/chamber-services/trade-facilitation/ata-carnets/>

EMBALAJES Y ETIQUETADO

CONCEPTOS

Con la apertura de nuevos mercados la competencia crece. Y dentro de las estrategias actuales de calidad y competitividad, una acción necesaria que gana importancia progresivamente es el desarrollo de envases, de tal forma que una compañía pueda asegurar su posición en el mercado y crecer gracias al uso de envases atractivos, adaptados y adecuados.

El **envase y embalaje** no solo protegerán los productos durante todas las etapas de transporte y almacenaje hasta llegar al país de destino, sino que además cumple con muchas otras funciones:

- *Conserva los productos conforme su naturaleza: perecedera, industrial, frágil, peligrosa.*
- *Protege y permite la manipulación, transporte y comercialización del producto, considerando la distancia, el medio de transporte y el aprovechamiento del espacio.*
- *Evita robos, daños y desperdicios.*
- *Facilita la separación, la clasificación y la selección de los productos.*

NORMATIVA DE EMBALAJE

Los envases y embalajes comercializados en la UE y, consecuentemente en España, deben respetar **requisitos generales** para la protección del medio ambiente y disposiciones específicas para la protección de la salud de los consumidores concernientes a:

- *Reciclado de los materiales y la prevención de los residuos de envases.*
- *Tamaños, cantidades y capacidades.*
- *Composición y los componentes de los materiales destinados a entrar en contacto con los alimentos.*

EMBALAJES Y ETIQUETADO

Además, las importaciones de soportes y embalajes de madera también pueden estar sujetas a medidas fitosanitarias relativas a la reglamentación del embalaje de madera utilizado en comercio internacional.



ETIQUETADO

El etiquetado de un producto es su tarjeta de presentación, su garantía de calidad. La política de armonización de la UE pone de manifiesto el interés en evitar que este pueda convertirse en un obstáculo a la libre circulación de productos dentro de Europa, además de proteger la salud pública y el medio ambiente.

Requisitos del etiquetado

Los productos comercializados en la UE deben cumplir con los requisitos sobre etiquetado destinados a asegurar un elevado nivel de protección de la salud, la seguridad y los intereses de los consumidores, proporcionándoles información completa sobre el producto. La legislación europea entrega **reglas especiales de etiquetado** de ciertos productos como alimentos, electrodomésticos, ropa deportiva, textiles, etc.

Cigarrillos, productos eléctricos, medicinas, farmacéutico y cosmética, fertilizantes, fungicidas, armas de fuego, vehículos a motor, neumáticos y tubos están sujetos a una regulación específica.

Es imprescindible que la etiqueta esté en idioma español y portugués, en caso de que la comercialización se planifique conjunta hacia los dos países, acción muy lógica y común por razones logísticas. No se excluye, por tanto, la posibilidad de que las menciones de etiquetado figuren en varias lenguas.

EMBALAJES Y ETIQUETADO

Contenido general obligatorio

- Nombre de la marca.
- Nombre o razón social o denominación del fabricante, comerciante o importador.
- Lista de ingredientes o composición del artículo.
- Cantidad porcentual de un ingrediente o componente.
- Cantidad neta para los productos preembalados.
- Fecha de duración mínima o fecha de caducidad.
- Condiciones especiales de conservación y de utilización
- Modo de empleo.
- Lugar de origen.
- Grado alcohólico volumétrico.
- Etc.

Etiqueta Ecológica Europea

La etiqueta ecológica europea, cuyo símbolo es una flor, es un sistema de carácter voluntario que puede aplicarse a productos que contribuyan significativamente a la mejora de aspectos esenciales de medio ambiente y proporcionen al consumidor una idea clara y precisa sobre el impacto ambiental del producto.



EMBALAJES Y ETIQUETADO

Normativas

Los clientes de todo el mundo son cada vez más conscientes de la importancia de la calidad y exigen que se cumpla con estas normas como requisito mínimo. En los países europeos, las leyes se han enmarcado en el concepto llamado “Responsabilidad Extendida al Fabricante” (Extended Producer Responsibility) en todo el ciclo de vida de los envases y productos.

Normativas europeas a tener en cuenta

Normas ISO-9000 Las normas ISO 9000 describen un modelo de calidad que se puede utilizar en diferentes aplicaciones: calidad de producto, estandarización de procedimientos, reducción de incidencias, mejora continua en definitiva. Se puede obtener una certificación ISO 9000 a través de una rigurosa inspección cuyo objetivo consiste en garantizar el cumplimiento de dicha norma, por parte de un organismo de evaluación aprobado.

Normas ISO-14000 El objetivo principal de las series ISO 14000 es hacer más efectivo y eficiente el manejo administrativo en las organizaciones en materia ecológica, basándose en sistemas administrativos y flexibles de coste reducido.

Normativa Europea sobre el Ecodividrio Esta directiva trata de armonizar las normas sobre gestión de envases y residuos de envases de los diferentes países miembro, con la finalidad de prevenir o reducir su impacto sobre el medio ambiente y evitar obstáculos comerciales entre los distintos países de la Unión Europea.

Normativa fitosanitaria La madera en bruto se utiliza con frecuencia para el embalaje de madera lo que puede constituir una vía para la introducción y la diseminación de organismos nocivos. Dado que el embalaje de madera es a menudo reutilizado o reciclado, en el año 2002 la **Food and Agriculture Organization** (FAO) adoptó la Norma Internacional para Medidas Fitosanitarias relativa a la reglamentación del embalaje de madera utilizado en el comercio internacional.

Por tanto, el fabricante del embalaje es el responsable de asegurar que la madera utilizada es la apropiada, así como que su rotulación es correcta. Para ello, podrá emitir un documento que certifique la veracidad del tratamiento y de la rotulación, de forma que el exportador pueda presentarlo en la aduana española junto con el embalaje.

IMPUESTOS, ARANCELES Y ADUANAS

EL ARANCEL ADUANERO COMÚN

Es un gravamen que se exige pagar a los productos extranjeros no comunitarios cuando pretenden ser importados dentro de la Unión Europea y de esta manera **proteger a los productos nacionales** de una competencia exterior de bienes más baratos, aumentando el precio del producto importado.

La aplicación de los derechos de importación y demás medidas previstas en el marco de los intercambios de mercancías se basan en el arancel, incluida la clasificación arancelaria de las mercancías, en el origen y en el valor en aduana de las mismas.

El nivel de protección arancelaria ha ido disminuyendo progresivamente en los últimos años. Generalmente, los aranceles son relativamente bajos, especialmente en el caso de productos industriales (4,2% de media). Los derechos de aduana son más altos para los textiles y los productos alimentarios procesados (en promedio, 17.3%).

El **Sistema de Control de Importaciones** (ICS), el sistema de gestión de declaración electrónica segura y la legislación aduanera para la importación de mercancías a Europa o en tránsito por los territorios de la UE, es una iniciativa de las aduanas europeas diseñada por la Comisión Europea para modernizar y fortalecer los procesos aduaneros con el objetivo de eliminar el papeleo y asegurar la mayor protección de los ciudadanos europeos y el comercio legal.

Cálculo de aranceles

Los **derechos de aduana** se calculan **Ad Valorem sobre el valor CIF** de la mercancía (valor de la factura comercial + coste del transporte). Pueden ser cancelados en efectivo (en euros, con cheque, giro postal, transferencia bancaria); se pueden conceder condiciones especiales de pago a través de una cobranza de créditos o crédito aduanero.

Los **impuestos** son pagaderos en el momento del despacho a consumo. Si el producto se importa en un país de la UE pero luego se transporta y suministra a España, el impuesto se adeuda en España, país de uso o consumo.

IMPUESTOS, ARANCELES Y ADUANAS

EL SISTEMA ARMONIZADO Y LA CODIFICACIÓN DE MERCANCÍAS

Todos los productos están clasificados con un código arancelario que contiene información sobre:

- *Tipos impositivos y otros gravámenes de importación y exportación.*
- *Medidas de protección aplicables.*
- *Estadísticas sobre comercio exterior.*
- *Formalidades de importación y exportación y otros requisitos no arancelarios.*

La **Nomenclatura Combinada** (NC), es decir, el sistema de codificación de 8 dígitos de la UE, comprende el Sistema Armonizado y subdivisiones adicionales de la UE. Contiene los aranceles aduaneros comunes de la UE y proporciona estadísticas sobre comercio tanto dentro de la UE como entre la UE y el resto del mundo.

El **Arancel Integrado** (TARIC) facilita información sobre todas las políticas comerciales y las medidas arancelarias aplicables a mercancías específicas en la UE (es decir, suspensión temporal de impuestos, impuestos antidumping, etc.). Determinadas medidas comunitarias específicas no pueden tenerse en cuenta en el marco de la nomenclatura combinada, motivo por el cual es necesario crear subdivisiones comunitarias complementarias mediante un noveno y décimo dígitos, e incluirlas en un arancel integrado de las Comunidades Europeas (TARIC).

El código aduanero de la UE es el conjunto de todas las normas que contemplan asuntos aduaneros de comercio con países no pertenecientes a la UE. Estas normas aseguran que las prácticas aduaneras en todos los países de la UE sean uniformes y transparentes.

IMPUESTOS, ARANCELES Y ADUANAS

DESTINOS ADUANEROS

Cuando las mercancías llegan a la oficina aduanera de entrada en España, pasan al depósito temporal bajo supervisión aduanera (no más de 45 días en el caso de mercancías transportadas por mar, o 20 días en otros casos) hasta que se les asigna uno de los siguientes destinos:

- **Despacho a libre práctica:** la puesta a consumo de las mercancías se produce una vez que se han cumplido todos los requisitos de importación (pago de aranceles e impuestos y presentación de todos los certificados aplicables).
- **Procedimiento de tránsito:** cuando las mercancías se trasladan entre oficinas aduaneras de distintos países de la UE, las formalidades para el despacho se transfieren a la oficina aduanera de destino. Régimen Suspensivo con aval por los derechos de arancel e IVA.
- **Depósito aduanero:** las mercancías importadas pueden almacenarse en instalaciones autorizadas al efecto, y los impuestos, tasas y formalidades se suspenden hasta que a las mercancías se les asigna otro destino aduanero.
- **Perfeccionamiento activo:** las mercancías pueden ser importadas a la UE, avalando los impuestos, tasas y formalidades, para ser procesadas bajo control aduanero y después reexportadas fuera de la UE. Si los productos finales no se exportan finalmente, pasan a estar sujetos a los impuestos y formalidades aplicables.
- **Importación temporal:** las mercancías pueden introducirse en la UE avalando los derechos de importación, siempre y cuando se pretenda reexportarlas sin efectuar ninguna modificación.
- **Introducción en una zona franca o en un depósito franco.**

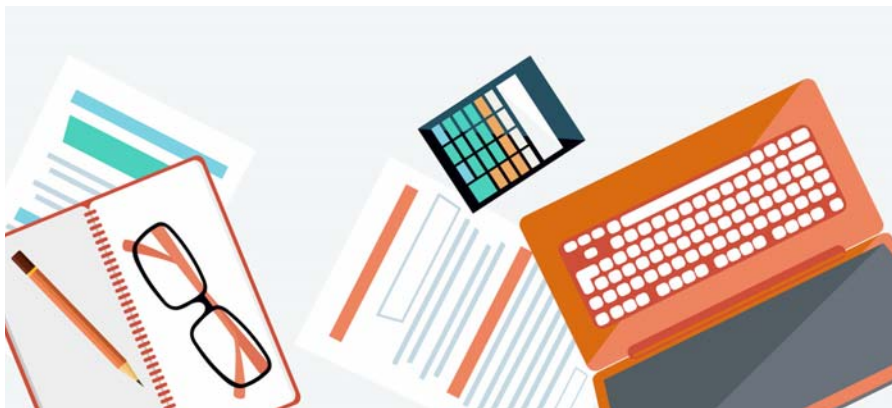
IMPUESTOS, ARANCELES Y ADUANAS

INFORMACIÓN ARANCELARIA VINCULANTE

El sistema de Información Arancelaria Vinculante (IAV) de la UE ayuda a identificar la clasificación arancelaria adecuada para los productos que prevea exportar.

Para acceder a la Información Arancelaria Vinculante, deberá solicitarla a las autoridades aduaneras del país de la UE al que desee exportar, a través de la solicitud de la IAV. La IAV es válida en todo el territorio de la UE, independientemente del país de la UE que la haya emitido.

Contar con una IAV le da **seguridad jurídica** sobre la clasificación arancelaria del producto que desea exportar. Constituye la base para determinar los derechos aduaneros y la necesidad o no de obtener un certificado de importación.



REDUCCIONES ARANCELARIAS

Sobre el arancel de normal aplicación, hay una serie de medidas que permiten disminuir el derecho aplicable e incluso reducirlo a la exención total. En la práctica hacen que los derechos normales solo se apliquen en un número reducido de ocasiones y para unos determinados países.

En todos estos casos estamos sustituyendo el derecho normal aplicable a terceros países por otros derechos inferiores y casi siempre se tiene que cumplir una serie de condiciones o requisitos para poder beneficiarse de ellos.

IMPUESTOS, ARANCELES Y ADUANAS

Las reducciones arancelarias más importantes

Suspensiones	Para evitar favorecer a un solo operador, las suspensiones pueden ser solicitadas por todos los importadores comunitarios, independientemente de la empresa o estado miembro que haya hecho la solicitud. El objetivo principal de las suspensiones es mejorar la competitividad de las empresas comunitarias permitiéndoles la utilización de suministros con un derecho de importación reducido o nulo, en el caso de que no se produzcan productos idénticos o equivalentes en la Unión Europea. Las suspensiones se suelen aprobar por un periodo de tres años, actualizándose regularmente.
Franquicias	Las franquicias son unas exenciones de los derechos de importación o exportación, para unas determinadas mercancías que normalmente estarían sujetas a derechos de arancel. La diferencia entre las franquicias y los contingentes o las suspensiones reside en el carácter temporal que tienen las suspensiones y los contingentes mientras que las franquicias tienen carácter definitivo.
SPG	Sistema de Preferencias Generalizadas y Acuerdos de Libre Comercio.

IMPUESTOS ESPECIALES

El gravamen sobre el consumo no puede quedar confiado de manera exclusiva a impuesto que grava el consumo de bienes y servicios, independiente del tipo de bienes que se traten, sino que es necesaria la existencia de otros impuestos que graven de manera selectiva el consumo de bienes específicos.

Los impuestos especiales cumplen la doble función de recaudar fondos para el Tesoro Público y a la vez de servir de instrumento a unas determinadas políticas, formando parte de la política sanitaria, energética, etc.

IMPUESTO SOBRE EL VALOR AÑADIDO (IVA)

En importación, este impuesto se aplica cuando se efectúan los trámites de despacho de aduana para la puesta en circulación de las mercancías. No obstante, cuando los bienes son importados a un país de la UE pero su uso y consumo está previsto en otro, se les puede aplicar un acuerdo suspensivo del IVA. En el marco de este acuerdo, el IVA gravará en el país de la UE de destino y no en el país de entrada. En España, el tipo impositivo general es del 21%.

IMPUESTOS, ARANCELES Y ADUANAS

El tratamiento del IVA a las importaciones es similar al de los aranceles en aduana. Los sujetos pasivos deben cumplimentar y presentar ante la aduana el Documento Único Administrativo, en el que indican el valor de los bienes, su lugar de origen, destinatario, destino, precio, peso, etc. y no es aplicable hasta el despacho a consumo.

Base imponible = valor en aduana + derechos y demás impuestos devengados con motivo de la importación + gastos accesorios hasta el lugar de destino.

Canarias, Ceuta y Melilla

En la Unión Europea, el territorio fiscal y el aduanero no son coincidentes. En el caso particular de España, Canarias, Ceuta y Melilla no forman parte del territorio de aplicación del IVA y además Ceuta y Melilla tampoco forman parte del territorio aduanero comunitario.

El **IGIC**, el impuesto general indirecto Canario, es un es un tributo estatal de naturaleza indirecta que grava las entregas de bienes y prestaciones de servicios efectuadas por empresarios y profesionales realizadas en las Islas Canarias, así como las importaciones de bienes en dicho territorio. Tiene una estructura y funcionamiento similar al IVA. En Canarias el tipo impositivo general es del 7%.

El **IPSI**, Impuesto sobre la importación, es el hecho imponible aplicado a las entradas de bienes en el ámbito territorial de las ciudades de Ceuta y Melilla. El tipo impositivo más común es del 10 %.



DOCUMENTOS COMERCIALES



PRESENTACIÓN DE DOCUMENTOS

La tramitación de los documentos de importación en España se iniciará mediante la presentación de los impresos de solicitud debidamente cumplimentados, bien en papel o de forma electrónica, en el Registro General de la Secretaría de Estado de Comercio o en las Direcciones Territoriales de Comercio integradas en las Delegaciones de Economía y Competitividad.

Declaración sumaria de entrada

La declaración sumaria de entrada contiene información previa sobre la carga relativa a los envíos que se introducen en la UE. Deberá ser presentada en la primera oficina de aduanas de entrada en la UE por el transportista de las mercancías, incluso si las mercancías no van a ser importadas a la UE.

Es la declaración jurada del contenido de todos los envíos de un medio de transporte, avión, barco, camión. Actualmente se envía por medios telemáticos a las aduanas.

DOCUMENTOS COMERCIALES

DOCUMENTOS DE TRANSPORTE

En función del medio de transporte utilizado, para despachar las mercancías es necesario presentar los siguientes documentos ante las autoridades de la Aduana española:

Documentos necesarios según medio de transporte

Transporte marítimo El documento de transporte marítimo es el «Conocimiento de embarque», en inglés «Bill of Lading» (B/L). Lo emite la compañía de transporte marítimo al transportista efectivo y por él se confirma que las mercancías han embarcado correctamente. Sirve de acuse de recibo de las mercancías por parte del transportista, que queda obligado a entregarlas al destinatario.

Transporte terrestre Dentro de este tipo de transportes existen, a su vez, dos modalidades:

- ✓ *Transporte por carretera. El documento principal es la carta de porte por carretera (CMR), que constituye al mismo tiempo, recibo de mercancía por parte del transportista y prueba del contrato de transporte.*
- ✓ *Transporte por ferrocarril. En este caso el documento se denomina carta de porte por ferrocarril (CIM) y sirve de recibo de la mercancía por parte de la compañía ferroviaria y el contratante del transporte.*

Transporte aéreo El conocimiento de embarque aéreo, conocido como «Air Waybill (AWB)», o albarán, es el documento utilizado en el transporte aéreo.

Un tipo específico de conocimiento aéreo es el llamado conocimiento aéreo normalizado IATA, que utilizan todas las compañías pertenecientes a la *Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA)* y que reúne las características acordes al Convenio de Varsovia en un formato normalizado.

Otros documentos de transporte complementarios son:

- ➔ **Conocimiento de embarque FIATA:** se trata de un documento pensado para ser utilizado como un documento de transporte multimodal, diseñado por la *Federación Internacional de Asociaciones de Expedidores de Carga (FIATA)*.
- ➔ **Cuaderno ATA:** los cuadernos Admisión Temporal son documentos aduaneros internacionales que expiden las *Cámaras de Comercio* para permitir la importación temporal de mercancías con exención de

DOCUMENTOS COMERCIALES

derechos de aduana y gravámenes. Los cuadernos ATA pueden emitirse para las siguientes categorías de mercancías: muestras comerciales, material profesional y artículos para presentación o uso en ferias comerciales, demostraciones, exposiciones y similares.

- **Cuaderno TIR:** documentos de tránsito aduanero para los transportes internacionales de mercancías que se efectúan, al menos en parte, por carretera.
- **Certificado de Seguro de Transporte:** es un documento que indica el tipo y el importe de la cobertura de seguro en vigor para un envío concreto de mercancías a un país extranjero. Dependiendo del tipo de cobertura, las indemnizaciones pueden cubrir o no cierto tipo de siniestros ajenos a la compañía de transporte y calcularse según el peso o el valor de la mercancía en sí. Para realizar cualquier reclamación será necesario presentar la copia original de dicho certificado.

DOCUMENTOS COMERCIALES

Son los documentos emitidos por el exportador y que tienen relación con la operación de compraventa que origina la exportación.

Documentos comerciales

Packing list

Este listado es un inventario de la mercancía que se va a importar exigido para el despacho de aduana donde se reflejan las cantidades, pesos, medidas e incluso composiciones de la mercancía transportada.

Factura proforma

Documento provisional que informa al comprador del precio de la mercancía y de las condiciones exigidas por el vendedor.

Factura comercial

Es el documento que actúa de contrato o prueba de la transacción entre el exportador y el importador. El exportador la expide al importador para el cobro de las mercancías cuando estas están disponibles.

No existe un impreso específico pero sí leyes de ámbito nacional y obligado cumplimiento en cada uno de los países de la Unión Europea. La factura comercial contiene la información básica sobre la transacción y siempre es necesaria para el despacho de aduana, original y copias en idioma español.

DOCUMENTOS COMERCIALES

DOCUMENTOS ADUANEROS

Las tarifas arancelarias varían en función del origen de las mercancías y son los derechos de aduanas, comúnmente conocidos como aranceles, impuestos que debe pagar el importador para tener derecho a importar una mercancía o para aplicar la exención arancelaria que corresponda.

Los documentos que debe proporcionar el exportador, que son los que a posteriori deberá presentar el importador para verificar el origen de la mercancía y determinar la tarifa arancelaria a aplicar en la aduana de importación según qué casos son:

Documentos aduaneros

Certificado de origen

Documento que acredita el país de origen de la mercancía y que la Administración del país del comprador exige por motivos de política comercial para aquellos países considerados como terceros por el Arancel de Aduanas Comunitario (TARIC). Este documento lo expiden las Cámaras de Comercio.

Certificado de circulación EUR 1 y EUR 2

Es un documento justificativo del origen preferencial otorgado por la Unión Europea con aquellos países con los cuales mantiene un Acuerdo Preferencial.

Documento Único Administrativo (DUA)

Todas las mercancías importadas en la UE deben ser declaradas a las autoridades aduaneras españolas mediante el Documento Único Administrativo (DUA), que es la forma de declaración de importación común para todos los países de la UE. Se utiliza para el cumplimiento de las formalidades aduaneras necesarias en las operaciones de intercambio de mercancías tales como la exportación, importación o tránsito. Además sirve de base a la declaración tributaria consiguiente y constituye un soporte de información sobre la mercancía.

Este documento actualmente es electrónico y lo utilizan los representantes aduaneros autorizados, por cuenta de los clientes.

DOCUMENTOS COMERCIALES

INTRASTAT

La puesta en práctica de gran parte de las normas necesarias para la consecución del Mercado Interior el 1 de Enero de 1993, supuso la supresión de la mayor parte de los trámites, documentos y controles relacionados con los intercambios de bienes entre Estados miembros de la UE. No obstante, para obtener información sobre el comercio entre ellos, se estableció un nuevo método de recogida de datos que se denomina INTRASTAT.

Este método obliga a toda persona física o jurídica residente en el Estado miembro de llegada que intervenga en la operación comercial a suministrar la información estadística mediante declaraciones periódicas.

OTROS CERTIFICADOS SEGÚN EL TIPO DE PRODUCTO

Otros certificados

Certificado de importación (AGRIM)

Cuando así lo establezca la normativa comunitaria, se exigirá este certificado para la importación de productos agrarios o de pesca.

Certificado CITES

(Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres). Se trata de un acuerdo internacional entre gobiernos, resultado de la resolución adoptada en 1973 en una reunión de los miembros de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (del inglés *International Union for Conservation of Nature IUCN*). Su propósito es el de asegurar que el comercio internacional de especímenes de animales y plantas salvajes y todos sus derivados y manufacturas, no amenace su supervivencia en su medio natural.

Declaración de mercancías peligrosas

Documento por el que el expedidor acredita que las mercancías que representa pueden ser autorizadas para su transporte están adecuadamente embaladas, marcadas y etiquetadas, de conformidad con la normativa vigente. Lo solicitan los organismos que regulan los trasportes aéreos, marítimos y terrestres y lo emite el exportador.

FORMAS DE PAGO INTERNACIONALES E INCOTERMS



El momento de elegir la forma de pago más conveniente en las transacciones comerciales internacionales es crucial, especialmente cuando nunca se ha trabajado con anterioridad con ese cliente nuevo tan interesado, tan lejano y del cual no existen referencias, ni si quiera se sabe si es solvente o no.

Los diferentes métodos de pago sirven para reafirmar la confianza tanto con proveedores como con clientes fuera de nuestras fronteras así como para asegurar que la operación comercial internacional finaliza con éxito.

RIESGOS

Además del riesgo al impago, existen otros factores que pueden afectar de forma negativa a las relaciones comerciales que se pretendan establecer.

Riesgo político o riesgo país

En momentos de normalidad, todo va bien y si tienes suficiente confianza con tu cliente, una simple transferencia bancaria puede zanjar una compraventa. El problema surge cuando se respira inestabilidad política, incertidumbre económica e incluso inseguridad ciudadana.

Riesgo de tipo de cambio

La tasa de cambio entre divisas fluctúa constantemente y controlar este detalle, especialmente cuando se empiezan a manejar cantidades importantes de dinero, puede suponer una gran diferencia en la factura final. Por eso, es fundamental detallar en la factura comercial que el tipo de cambio que se aplicará en el pago es el correspondiente al de la fecha de emisión de dicha factura y no otro.

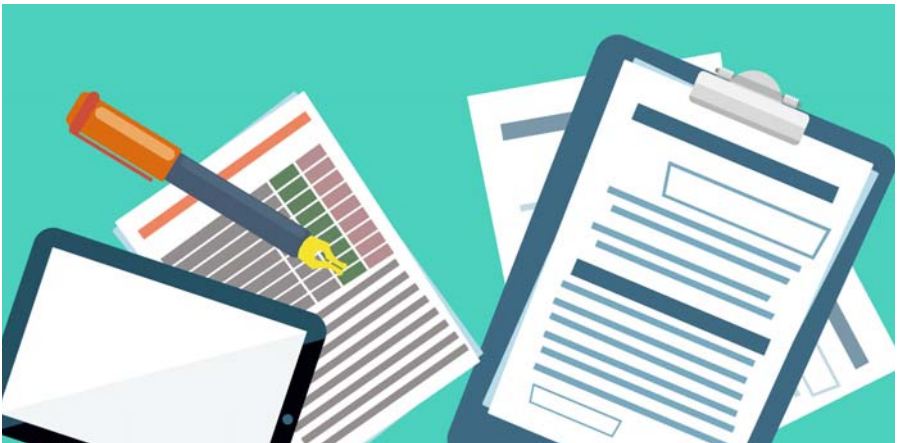
FORMAS DE PAGO INTERNACIONALES E INCOTERMS

LA FACTURA COMERCIAL

El documento más importante de la transacción comercial y también del flujo de documentación que una operación de importación-exportación genera es la factura comercial. En ella se especifican los nombres, domicilios e identificadores del importador, del exportador y del beneficiario, el INCOTERM acordado, los detalles del transporte, la descripción de la mercancía y la partida arancelaria, las cantidades y precio unitario de cada producto que se envía, la divisa pactada, la forma de pago y cualquier otro detalle relevante de la operación comercial.

Debe tratarse de una **factura COMERCIAL** y no de factura PROFORMA. El documento que debe acompañar a la mercancía y que es válido para el despacho es la factura COMERCIAL. La proforma es meramente un presupuesto, una nota informativa detallada pero no vinculante.

Es cada vez más común, cuando se empieza a exportar/importar con cierta regularidad, abrir una cuenta en un banco local del país con el que se trabaja. A veces esta acción puede resultar complicada desde el punto de vista burocrático. No obstante, existen otros métodos de pago e instrumentos de cobertura de riesgos dependiendo del grado de confianza compartido con el cliente.



FORMAS DE PAGO INTERNACIONALES E INCOTERMS

CLASIFICACIÓN

Los medios de pago se pueden agrupar atendiendo a diversos motivos:

- **Simples:** Evidencian una mayor confianza entre importador y exportador. Las comisiones bancarias son más reducidas, aunque la seguridad en el cobro es menor que en los documentarios.
- **Documentarios:** El pago de la operación está condicionado a que el exportador entregue determinados documentos, de tal forma que el importador se asegura, antes de pagar, que la mercancía ha sido puesta a su disposición en el punto y forma convenidos.

A partir de aquí, la lista de formas de pago internacionales es la siguiente:

Medios de pago	Confianza entre importador y exportador	Tipo de pago	
Simples	<i>Máxima</i>	Cheque o transferencia personal	
		Cheque o transferencia bancaria	
		Orden de pago simple	
		Remesa simple	
Documentarios	<i>Media</i>	Orden de pago documentaria	
		Remesa documentaria	
		<i>Mínima</i>	Crédito documentario
			Stand By Letter of Credit
Pago por adelantado			
		Garantía bancaria	

FORMAS DE PAGO INTERNACIONALES E INCOTERMS

FORMAS DE PAGO INTERNACIONALES

Las formas de pago internacionales utilizadas con más frecuencia por los empresarios españoles son:

- **Transferencia bancaria (Money Transfer):** a pesar de conllevar comisiones, es el método más simple y económico de todos. Normalmente se acuerdan dos transferencias, una por adelantado para confirmar el pedido y otra tras recibir y revisar la mercancía pactada. Es una forma muy práctica de hacer negocios pero requiere de una confianza asentada con la otra parte.
- **Crédito Documentario (Commercial Letter of Credit):** es un compromiso que se establece entre dos bancos representantes de las partes, el banco ordenante o del exportador y el banco receptor o del importador. El cobro del importe de la mercancía se hace efectivo cuando el exportador presenta los documentos requeridos (factura comercial, packing list, documentos de origen y de embarque, etc.) en la fecha estipulada.
- **Carta de Crédito (Letter of Credit):** es un compromiso parecido al crédito documentario solo que el banco emisor envía notificación directamente al beneficiario, sin necesidad de intervención del banco del importador.

Existe una forma de pago similar a la de una garantía o aval bancario aplicada habitualmente entre España y otros países de ámbito internacional. Es la **Carta de Crédito Contingente o Stand By** y se trata de un compromiso que se hace efectivo contra presentación por parte del exportador de unos documentos determinados, incluyendo de modo esencial la declaración unilateral del beneficiario de no haber recibido el pago del comprador.

Prácticamente todos los bancos españoles ofrecen completos programas de pagos internacionales.

FORMAS DE PAGO INTERNACIONALES E INCOTERMS

TÉRMINOS COMERCIALES INTERNACIONALES: INCOTERMS 2010

Antes de proyectar un transporte de mercancías a nivel internacional, es fundamental tener claro y bien definido el momento en que la responsabilidad sobre la mercancía y los costes de dicho transporte son transferidos al comprador.

En una factura comercial o en un contrato de compraventa internacional los **INCOTERMS 2010** determinarán lo siguiente:

- *Situar el punto crítico de la transferencia de los riesgos del vendedor al comprador en el proceso de envío de mercancía (riesgos de pérdida, deterioro, hurto de la mercancía), permitiendo así que quien asume estos riesgos pueda tomar medidas preventivas, sobre todo en cuanto a seguros.*
- *Indicar quién, el vendedor o el comprador, debe cerrar el contrato de transporte.*
- *Repartir entre ambas partes los gastos logísticos y administrativos en las diferentes etapas del proceso.*
- *Precisar quién está a cargo del embalaje y de la carga y descarga de la mercancía, al igual que de las operaciones de inspección.*
- *Fijar las obligaciones respectivas para la realización de las formalidades de exportación y/o importación, el pago de los derechos e impuestos de importación, así como de la aportación de documentos.*
- *Detallar el Incoterm con la ciudad de aplicación del mismo, por ejemplo, FOB Santiago de Chile.*

FORMAS DE PAGO INTERNACIONALES E INCOTERMS

Código	Descripción
EXW	Fábrica (en) + lugar convenido
FCA	Franco transportista + lugar convenido
FAS	Franco al costado del buque + puerto de carga convenido
FOB	Franco a bordo + puerto de carga convenido
CFR	Coste y flete + puerto de destino convenido
CPT	Transporte pagado hasta + puerto de destino convenido
CIF	Coste, seguro y flete + puerto de destino convenido
CIP	Transporte y seguro pagados hasta + puerto de destino convenido
DAT	Entregado en terminal + puerto de destino convenido
DAP	Entregado en un punto + lugar de destino convenido
DDP	Entregado derechos pagados + lugar de destino convenido



FORMAS DE PAGO INTERNACIONALES E INCOTERMS

Títulos	Salida fábrica	Transporte principal no pagado por el vendedor				Transporte principal pagado por el vendedor				Gastos de envío asumidos por el vendedor hasta destino		
		EXW	FCA	FAS	FOB	CFR	CIF	CPT	CIP	DAT	DAP	DDP
Embalaje	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
Carga en fábrica	C	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
Antes de la entrega de la mercancía al transportista	C	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
Aduana exportación	C	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
Manutención al partir	C	C	C	V	V	V	V	V	V	V	V	V
Transporte principal	C	C	C	C	V	V	V	V	V	V	V	V
Seguro de transporte	C	C	C	C	C	V	C	V	V*	V	V	V
Manutención al llegar	C	C	C	C	C	C	C	C	V	V	V	V
Aduana importación	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	V
Al finalizar la ruta	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	V
Descarga fábrica	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	V

v: coste asumido por el vendedor

c: coste asumido por el comprador

* no obligatorio

FERIAS COMERCIALES

A la hora de buscar información sobre cualquier sector en un nuevo mercado, sobre todo para encontrar proveedores o distribuidores en España, se pueden hacer dos cosas:

1. *Localizar empresas de un sector determinado a través de Internet, en websites de empresas como Europages, Iberinform, Kompass, Spanish Alibaba o Páginas Amarillas. También las **Cámaras de Comercio e Industria** españolas disponen de información sobre las empresas que actúan en su demarcación.*
2. *Visitar y participar en las ferias especializadas del sector que interesa.*

Las ferias constituyen una de las herramientas más útiles y, probablemente la más interesante en la relación coste/eficacia dentro del marketing moderno.

¿Y para qué las ferias?

- *Para reforzar una determinada imagen de marca de la forma más económica y eficiente.*
- *Para establecer y reforzar relaciones comerciales.*
- *Para tomar el pulso al mercado y conocer las tendencias actuales y futuras.*
- *Para conocer a otros profesionales del sector*
- *Para identificar posibles proveedores, subcontratistas, representantes, importadores y distribuidores.*
- *Para generar oportunidades de exportación.*
- *Para investigar políticas de precios y condiciones de nuestra entidad respecto a la competencia.*

La **Asociación de Ferias Españolas (AFE)** promueve acciones que sitúan su propia imagen pública como promotor del Sector Ferial Español y de sus asociados. Desde la Asociación se insiste en impulsar en los medios de comunicación la imagen de marcas como “Ferias Españolas”, “Recintos Feriales”, “Calidad España” y “Centros de Negocio Transnacional”.

FERIAS COMERCIALES

España acogerá en 2015 un total de 92 ferias de ámbito internacional. Madrid lidera el ranking de las ciudades que serán sede de estas ferias, con el recinto ferial IFEMA a la cabeza. Barcelona es el segundo destino más importante, con un total de 29 ferias internacionales en este año. Las más destacadas son:

Feria	Fecha	Lugar
FITUR, Feria Internacional del Turismo	<i>Del 28/01/2015 al 01/02/2015</i>	MADRID
FERIA HABITAT, Feria Internacional del Mueble	<i>Del 09/02/2015 al 13/02/2015</i>	VALENCIA
OLEOTEC, Salón Internacional de técnicas y equipos para la Olivicultura	<i>Del 24/02/2015 al 27/02/2015</i>	ZARAGOZA
ARCO, Feria del Arte Contemporáneo	<i>Del 25/02/2015 al 01/03/2015</i>	MADRID
WORLD OLIVE WORLD EXHIBITION	<i>Del 12/03/2015 al 13/03/2015</i>	MADRID
GRAPHISPAG, Salón Internacional de la Industria y Comunicación Gráfica	<i>Del 24/03/2015 al 27/03/2015</i>	BARCELONA
SALÓN DEL GOURMET	<i>Del 13/04/2015 al 16/04/2015</i>	MADRID
EXPOLIVA, Feria internacional del Aceite de Oliva	<i>Del 06/05/2015 al 09/05/2015</i>	JAÉN
FENAVIN 2015, Feria Nacional del Vino	<i>Del 12/05/2015 al 14/05/2015</i>	CIUDAD REAL
GYM FACTORY, Feria del Fitness e instalaciones deportivas	<i>Del 29/05/2015 al 30/05/2015</i>	MADRID
MULAFEST, Festival de Tendencias Urbanas	<i>Del 25/06/2015 al 28/06/2015</i>	MADRID
EXPOHALAL SPAIN, Feria de la alimentación y estilo de vida mediterráneos	<i>Del 21/10/2015 al 22/10/2015</i>	MADRID

CANALES DE DISTRIBUCIÓN



En la actualidad, coexisten en España dos sistemas principales de distribución diferenciados: el primero constituido por empresas multinacionales con tecnologías modernas y un marketing muy avanzado, y el segundo integrado por el comercio tradicional que lucha por salir adelante.

Resulta imprescindible analizar la evolución de las principales formas comerciales en este país, con el objetivo de conocer los rumbos que guiarán la distribución comercial en los próximos años, intentando así asegurarse el éxito en la introducción y permanencia de nuevas marcas.

COMERCIO MINORISTA

En España, las oportunidades de negocio para los establecimientos minoristas son cada vez más reducidas debido al alto nivel de competencia, así como a la entrada de nuevos formatos comerciales que compiten por el consumo de la misma clientela. Como consecuencia de esto, las grandes empresas minoristas deciden explorar nuevos mercados extranjeros donde la competencia no es tan fuerte y así poder incrementar sus cifras de ventas.

Este **plan de internacionalización** se desarrolla para conseguir un mayor poder de compra frente a mayoristas y fabricantes, para poder conseguir economías de escala. Esta tendencia contrasta con la perspectiva general de que en España, a los empresarios y productores les cuesta invertir en estrategias de internacionalización. Por el contrario, España es un buen país receptor, donde el producto extranjero a veces está mejor valorado que el propio nacional.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

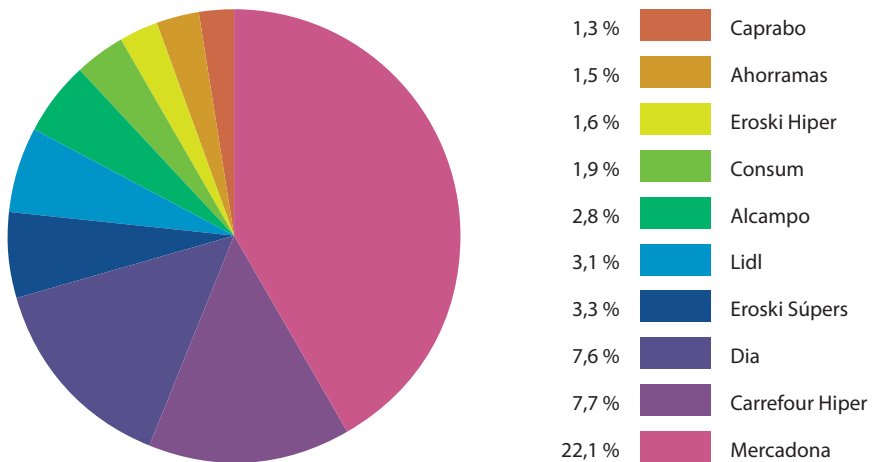
DISTRIBUCIÓN MAYORISTA

La diferencia entre las grandes empresas minoristas y las grandes empresas mayoristas son cada vez menos claras. La mayoría de las grandes empresas minoristas tienen dentro de su estructura una **central de compras** que actúa de mayorista, mientras que algunas empresas mayoristas venden sus productos no exclusivamente a otros comercios, sino también a cliente finales para su consumo privado.

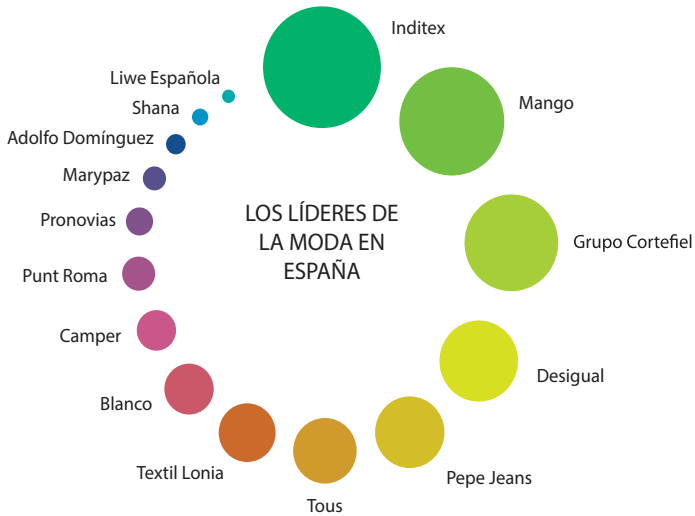
Similar a la actuación del comercio minorista, las empresas mayoristas grandes tienden a la internacionalización y a la fusión con otras empresas en busca de una posición más favorable en la negociación con fabricantes y clientes.

Hipermercados, supermercados y minimarkets. El consumidor español puede parecer exigente, pero cada vez concede menos importancia a la garantía de una marca conocida. Situados en los alrededores, aquí se pueden encontrar productos alimenticios y todo tipo de artículos de uso frecuente, a los cuales se les prefiere por sus productos de **marca blanca** y sus precios convenientes.

% Cuota Valor Total Gran Consumo en España



CANALES DE DISTRIBUCIÓN



Los centros comerciales, situados tanto a las afueras como en zonas céntrica, con locales de ocio y restauración son los que atraen al gran público.

Muy desarrollado también se encuentra el sector de la **franquicia**, que actualmente lucha por reinventarse potenciando la profesionalidad en la gestión.

Las **tiendas locales especializadas**, de ultramarinos, carnicería, pescadería, frutería, tiendas de delicatessen, panadería, floristerías, son preferidas por la calidad de sus productos así como por las indicaciones y consejos de los dependientes.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

OTRAS TENDENCIAS

El ciclo de vida de todos los formatos comerciales se acorta y unos formatos sucederán a otros con mayor rapidez. Esto se debe a que cuando una técnica comercial funciona, rápidamente va a ser imitado por otros, haciéndole perder enseguida ese carácter novedoso.

Para una eficiente gestión de la distribución será necesaria la incorporación e integración de nuevos y **modernos sistemas tecnológicos** relacionados con el almacenamiento de mercancías, como el escáner y el etiquetado electrónico así como la **integración vertical** de los canales con la finalidad de acortar más la cadena en busca de alcanzar un control más económico y efectivo de las funciones de distribución.

El **merchandising** por su parte juega un fuerte papel diferenciador. El consumidor español, que es cada vez más exigente, busca comprar en un ambiente agradable e interactivo, donde la experiencia de compra importa más que el producto en sí.

Es frecuente encontrar cómo los fabricantes abren espacios de venta con su propia marca con el fin de dar salida a stocks de colecciones pasadas o artículos con pequeños defectos. Son los **outlets** generalmente ubicados en centros comerciales o en los centros de ciudad.

La demanda se presenta cada vez más segmentada y sofisticada, por lo que existirán muchas oportunidades para aquellas empresas que desarrollen una estrategia especializada, influencia traída de los *hard discount* y las *category killers* de los Estados Unidos. En definitiva, en España están concienciados con aplicar las premisas más importantes del márketing: **think global, act local**.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

COMERCIO ELECTRÓNICO, VERDADERO PROTAGONISTA DE ACTUALIDAD Y FUTURO

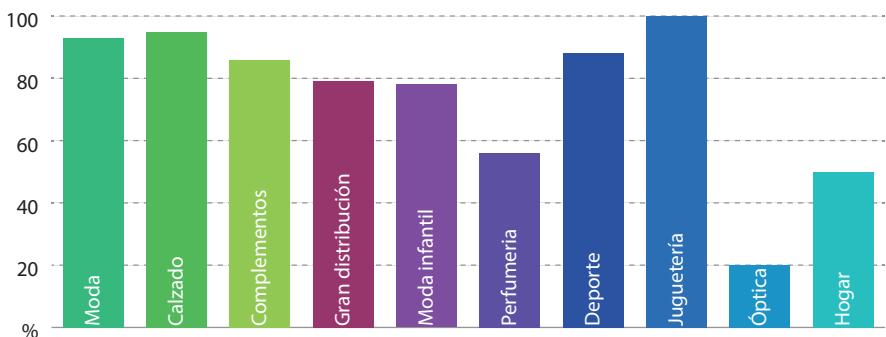
En el segundo trimestre de 2014, el e-commerce en España alcanzó un volumen de negocio de 3.893,5 millones de euros, lo que supone un 22,2% más que en el mismo trimestre de 2013, con un total de 56,6 millones de operaciones.

Dos ejes se perfilan como atributos diferenciales en canal online. El tiempo, o el ahorro de tiempo que supone comprar cuándo y dónde se quiera y el factor principal, el precio (de media los productos vendidos online son un 10 % más baratos que en canal dinámico). A todo ello hay que unir el progresivo aumento de hogares conectados. El 86% tiene acceso a Internet y 19% de los teléfonos móviles son smartphones y tablets, app adaptadas.

La tienda física, combinada con un **e-commerce mixto B2C/B2B** va a buscar el rentabilizar el negocio al máximo, aprovechando lo interesante del contacto cara a cara tradicional y el de una tienda online sin apenas costes de mantenimiento y que además facilita mucho las tareas de exportación e importación. También los **market places** de todo tipo de productos son cada vez más utilizados como forma de introducción de nuevas marcas en este mercado.

El efecto **“boca a boca”**, el contacto personal con las marcas, la experiencia que el consumidor obtiene de ellas, su percepción y, sobre todo, la opinión que transmite a otros compradores se ha convertido en la forma más eficaz de publicitarse, baja en costes y de alcance inmediato.

Marcas con tienda online por sectores (%) (Fuente: IABSpain.net, 2015)



TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN CON ESPAÑOLES



Si ya es difícil controlar la interacción con personas que comparten una misma cultura y contexto, con personas de nacionalidad diferente la cosa se complica aún más. Por ello es necesario tener en cuenta ciertas consideraciones a la hora de negociar con españoles, detalles que pueden hacer de una serie de conversaciones una relación comercial sana y duradera.

Una **comunicación clara** y una **actitud humilde** son siempre buenas aliadas para obtener resultados de éxito en una reunión de negocios.

Por norma general, las reuniones con los españoles deben planificarse con antelación, asegurándose de que la otra parte tenga **disponibilidad**, teniendo en cuenta los **horarios** y **días festivos**, siendo conveniente recordar la cita unos días antes.

La **puntualidad** no es una de las grandes virtudes de la comunidad española, aunque tampoco son de grandes retrasos. Por ello, una demora de diez minutos puede considerarse normal, aunque mejor evitarla por cuestión de imagen y respeto hacia el anfitrión.

A la hora de saludar, generalmente se usa un cordial **apretón de manos**, que denota seguridad. Con las mujeres, la mayoría utilizan el apretón de manos y otros prefieren dar **dos besos**, uno en cada mejilla. El contacto físico en este país es normal y notable. El **acercamiento**, tocar a la otra persona en el hombro y detalles similares forman parte del trato diario de las personas.

Los españoles son **amigables** y les gusta reunirse en lugares informales. Los genes mediterráneos les hacen ser **extrovertidos** y, aunque orgullosos e individualistas, les gusta conocer otras formas de pensar y aprender de lo que hacen. Siempre les va a gustar negociar con gente de otros países, a menudo pensando que los productos de fuera son mejores o más interesantes que los nacionales.

TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN CON ESPAÑOLES

Los títulos utilizados para dirigirse son el de **señor, señora y señorita**, para las mujeres más jóvenes. Normalmente, las personas se presentan con el nombre y apellido, sin usar títulos como licenciado o doctor, ya que éstos, a diferencia de otras culturas donde el título universitario se resalta, rara vez los utilizan.

Es cierto que varias comunidades autónomas poseen lengua propia, vasco, gallego, catalán, etc., pero quien negocie **hablará en español**, incluso en inglés o en la lengua de la otra parte. Para negocios importantes contratará personal cualificado.

La **información es muy valiosa**, por eso en los negocios muchos ejecutivos son reticentes al revelar según qué información. Si con quien se negocia no ha cogido la suficiente **confianza** puede ser que sólo se esté reservando esa información para momentos posteriores. No se considera natural preguntar datos muy sensibles, que puede crear reticencias o conversaciones incómodas.

La **presión** no está bien vista. Será mucho más efectivo argumentar la propia perspectiva e intentar resolver todas las dudas. Esta es la mejor estrategia ya que la otra parte seguramente haya dejado **un pequeño margen de negociación**.

A los españoles les preocupan mucho las **apariencias**, el cómo les ven los demás. No les gusta quedar mal y no reconocen equivocarse tan fácilmente. Por razones culturales, la soberbia no es bien recibida. Una **actitud honesta y modesta** es la que abre puertas.

Como amantes de la buena cocina, es habitual que la negociación en España conlleve una comida o una cena regados con vinos de denominación de origen. La negociación suele dejarse para el café, para la **sobremesa**.

La vestimenta y la apariencia son importantes en España. A diferencia de otras culturas, la **elegancia** y la calidad de los trajes, del calzado, así como un aspecto discreto y cuidado, proyectarán una imagen social muy favorable. Sin duda, el esfuerzo se tendrá mucho en cuenta.

ENLACES DE UTILIDAD

Entidad	Enlace
Instituto de Comercio Exterior Español	www.icex.es
Ministerio de Industria, Energía y Turismo	www.minetur.gob.es
Secretaría de Estado de Comercio	www.comercio.gob.es
Ministerio del Interior	www.interior.gob.es
Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente	www.magrama.gob.es
Cámara de Comercio de España	www.camaras.org
Plan Cameral de Exportaciones	www.plancameral.org
Asociación de Ferias Españolas	www.afe.es/es/Ferias
Marca España	www.marcaespana.es
La Moncloa	www.lamoncloa.gob.es
Ventanilla Única Empresarial	www.ventanillaempresarial.org
Agencia Tributaria	www.agenciatributaria.es
Estadísticas de Comercio Exterior	www.datacomex.comercio.es
Asociación Española de Normalización y Certificación	www.aenor.es
Euromonitor International	www.euromonitor.com/spain
Web Oficial de la Unión Europea	www.europa.eu
Export Helpdesk, Comisión Europea	www.exporthelp.europa.eu
Legislación y publicaciones de la Unión Europea	www.eur-lex.europa.eu
Distribución Actualidad	www.distribucionactualidad.com
El Economista	www.eleconomista.es
Exporta con DHL	www.exportacondhl.com

Guía de importación a España
© DHL Express España SLU. 2015