

**MARCO CONCEPTUAL PARA DIRECCION DE PROYECTOS
DE INTERNACIONALIZACIÓN DE EMPRESAS**

JUAN CARLOS GARCIA JEREZ

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
ESCUELA DE ESTUDIOS INDUSTRIALES Y EMPRESARIALES
ESPECIALIZACION EN EVALUACION Y GERENCIA DE PROYECTOS
BUCARAMANGA**

2005

**MARCO CONCEPTUAL PARA DIRECCION DE PROYECTOS
DE INTERNACIONALIZACIÓN DE EMPRESAS**

JUAN CARLOS GARCIA JEREZ

**Monografía para optar el título de
Especialista en Evaluación y Gerencia de Proyectos**

Director

OLGA PATRICIA CHACON

Ingeniera Industrial

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
ESCUELA DE ESTUDIOS INDUSTRIALES Y EMPRESARIALES
ESPECIALIZACION EN EVALUACION Y GERENCIA DE PROYECTOS
BUCARAMANGA**

2005

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCION.	14
1. ESTUDIO DEL COMERCIO INTERNACIONAL	18
1.1 DEFINICIÓN DE NEGOCIO INTERNACIONAL	19
1.2 MÉTODOS INDIRECTOS PARA IMPULSAR LOS MERCADOS EXTRANJEROS	19
1.3 OTRAS FORMAS DE INTERNACIONALIZARSE	21
1.3.1 Proyectos a través de la inversión extranjera directa IED.	21
1.3.2 Subsidiaria extranjera de propiedad total	21
1.3.3 Coinversiones Joint Venture	22
1.4 FORMULACION DEL PROYECTO DE INTERNACIONALIZACIÓN DE EMPRESAS	23
1.4.1 Primer Paso	24
1.4.1.1 La investigación internacional de mercados	26
1.4.1.2 Beneficios de la investigación de mercados	27
1.4.2 Segundo paso	29
1.4.3 Tercer paso	29
1.4.4 Cuarto paso	30
1.4.4.1 Calificación de valores o riesgos en un proyecto de Internacionalización de empresas	30
1.4.4.2 Proceso para la calificación	31
1.4.4.3 Importancia y beneficios de la calificación	32
1.4.4.4 Escalas y tipos de calificación de riesgo	33
1.4.4.5 Agencias y publicaciones calificadoras del riesgo país	34
1.4.4.6 Principales agencias calificadoras en el mundo	35
1.4.4.7 Publicaciones que incluyen calificaciones del riesgo país	36
1.4.4.8 Análisis económico para el estudio de riesgo país	37
1.4.5 Quinto paso	42

1.4.6 Sexto paso	42
2. EL MARCO LEGAL PARA EL COMERCIO EXTERIOR EN COLOMBIA	
SOPORTE DE LOS PROYECTOS DE INTERNACIONALIZACIÓN DE PYMES	44
2.1 LA LEY MARCO DE COMERCIO EXTERIOR COLOMBIANO	
“LEY 7ª DE ENERO 16 DE 1991”,	44
2.1.1 Alcance de la Ley	45
2.1.1.1 Para simplificar trámites:	46
2.1.1.2 Para facilitar operaciones cambiarias	46
2.2 INSTRUMENTOS DE PROMOCION Y APOYO A LAS EXPORTACIONES	47
2.2.1 Sistemas especiales de importación- exportación “PLAN VALLEJO”	47
2.2.1.1 Programas cubiertos por el Plan Vallejo	47
2.2.2 Zonas francas	47
2.2.2.1 Definición de Zona Franca	48
2.2.2.2 Clases de Zonas Francas	48
A. Las Zonas Francas Industriales	48
2.2.2.3 Funcionamiento	49
2.2.2.4 Beneficios	51
B. Zonas Francas Transitorias de Carácter Comercial	51
2.2.3 Sociedades de comercialización internacional	54
2.2.3.1 Beneficios de las Sociedades de Comercialización Internacional	56
2.2.4 Líneas especiales de créditos con bancoldex	57
2.2.5 Las zonas económicas especiales de exportación (ZEEE)	58
2.2.5.1 Objetivos y beneficios de las ZEEE.	60
2.2.5.2 Contratación laboral en las ZEEE.	60
2.2.5.3 Régimen cambiario en las ZEEE.	61

2.2.5.4 Inversión extranjera en las ZEEE.	62
2.2.5.5 <i>Operaciones monetarias y financieras en las ZEEE.</i>	62
2.2.5.6 .Régimen aduanero y de comercio exterior en las ZEEE.	63
2.2.6. Otros planes de respaldo para proyectos de Internacionalización de empresas	65
2.3 MODALIDADES DE EXPORTACIÓN EN COLOMBIA	67
2.3.1 Exportación definitiva	67
2.3.1.1 Exportación Definitiva de embarque único con datos definitivos del embarque.	67
2.3.1.2 Exportación Definitiva de embarque único con datos provisionales	67
2.3.1.3 Exportación Definitiva de embarque fraccionado con datos definitivos o fraccionados.	68
2.3.2. Exportación temporal para el perfeccionamiento pasivo	69
2.3.2.1 Productos Compensadores	69
2.3.2.2 Equivalencia de Productos Compensadores	70
2.3.2.3 Documentos soporte de la declaración de exportación	71
2.3.2.4 Terminación de la Modalidad.	71
2.3.2.5 Cesión de Mercancías	71
2.3.3 Exportación temporal para reimportación en el mismo estado	71
2.3.3.1 Documentos Soporte de la Declaración de Exportación	72
2.3.3.2 Terminación de la Modalidad	72
2.3.3.3 Mercancías en Consignación	73
2.3.4 Reexportación	73
2.3.4.1 Documentos Soporte de la Declaración de Exportación	74
2.3.5 Reembarque	74

2.3.6	Exportación por tráfico postal y envíos urgentes	75
2.3.7	Exportación de muestras sin valor comercial	75
2.3.8	Otras modalidades	76
2.4	ESQUEMAS Y SISTEMAS DE PREFERENCIAS PARA EL DESARROLLO DE PROYECTOS DE CONQUISTA DE NUEVOS MERCADOS	76
2.4.1	El SGP	76
2.4.1.1	Países otorgantes de las preferencias del SGP	77
2.4.1.2	Países que reciben estos beneficios	77
2.4.1.3	Productos elegibles	78
2.4.1.4	Normas de origen para aplicar en el SGP	78
2.4.1.5	Calificación de los productos en SGP	78
2.4.1.6	Productos totalmente obtenidos	79
2.4.1.7	Productos suficientemente transformados	79
2.4.2.	ATPDEA (Ley de Preferencias Arancelarias y Erradicación de Droga)	80
2.4.2.1	Productos beneficiarios	82
2.4.2.2	Origen	83
2.4.2.3	Condiciones para preferencias andinas	84
2.4.3	ALCA	87
3.	DISTRIBUCION FISICA INTERNACIONAL DFI	90
3.1	COSTOS DE EXPORTAR	91
3.1.1	Costo del producto	91
3.1.2	Comercialización	92
3.2	METODOLOGIA Y ANALISIS DE LA LOGISTICA Y DISTRIBUCION FISICA	92
3.2.1	Factor de Estiba	94
3.2.2	Características del embarque	95

3.2.2.1	Identificación del producto	95
3.2.2.2	Características de la carga	96
3.2.2.3	Manejo de la carga	96
3.2.2.4	Principales tipos de carga	97
a.	Carga general	97
b.	Carga a Granel	97
c.	Carga o mercancía peligrosa	97
d.	Carga perecedera	97
e.	Animales en pie	101
f.	Carga pesada o voluminosa	101
g.	Carga consolidada	101
h.	Carga en tránsito	101
i.	Carga especial	102
j.	Carga Valiosa o Ad Valorem	102
3.2.2.5	Preparación de la carga.	102
3.2.2.6	Normas básicas internacionales para preparación de la carga en DFI	106
3.2.3	Contenedores	106
3.2.3.1	Definición	106
3.2.3.2	Funciones	107
3.2.3.3	Ventajas	107
3.2.3.4	Inconvenientes	108
3.2.3.5	Condiciones internacionales en el transporte de contenedores	109
3.2.3.6	Principales clases de contenedores	109
3.2.4	El flete Marítimo en las Operaciones de Comercio Exterior	110
3.2.4.1	Aspectos generales de los fletes	110

3.2.4.2	Modalidades en la contratación de fletes marítimos	112
3.2.4.3	Principales Actores en el Servicio de Transporte Marítimo	113
3.2.5	Términos de Negociación en la logística Comercial Internacional	116
3.2.5.1	Definición de Incoterms	116
3.2.5.2	Estructura de los Incoterms	116
3.2.5.3	Funciones de los Incoterms	117
3.2.5.4	Clasificación de los Incoterms	118
a.	EXW (<i>Ex Work</i> : En fábrica)	118
b.	FCA (<i>Free Carrier At</i> : libre transportista en...)	119
c.	FAS (<i>Free Alongside Ship</i> : libre al costado del barco...)	120
d.	FOB (<i>Free on Board</i> : libre a bordo...)	121
e.	CFR (<i>Cost and Freight</i> : costo y flete...)	122
f.	CIF (<i>Cost, Insurance and Freight</i> : costo, seguro y flete...)	123
g.	CPT (<i>Carrier Paid To</i> : transporte pagado hasta...)	124
h.	CIP (<i>Carrier and Insurance Paid To</i> : transporte y seguro pagado hasta...)	124
i.	DAF (<i>Delivery At Frontier</i> : entregado en la frontera...)	125
j.	DES (<i>Delivery Ex Ship</i> : entregado sobre el buque...)	126
k.	DEQ (<i>Delivery Ex Quay</i> : entregado sobre el muelle...)	127
l.	DDU (<i>Delivered Duty Unpaid</i> : entregado, derechos no pagados...)	128
m.	DDP (<i>Delivered Duty Paid</i> : entregado, derechos pagados...)	129
3.2.5.5	Recomendaciones para el uso de Incoterms	130
3.2.5.6	Los Incoterms y el transporte multimodal	131
3.2.6	Documentos soportes para las operaciones de Comercio Internacional	133
3.2.6.1	Factura proforma	133
3.2.6.2	Factura comercial	135

3.2.6.3 Documento de exportación o importación (DEX o DIM)	136
3.2.6.4 Certificado de origen	136
3.2.6.5 Factura consular	137
3.2.6.6 Documentos de transporte	137
a. Marítimo (BL)	137
b. Guía aérea Air Way Bill (AWB)	138
c. Carta de porte internacional terrestre (CPTI)	138
3.2.6.7 Lista de empaque (<i>packing list</i>)	139
3.2.6.8 Póliza de seguro	139
3.2.6.9 Clases de certificados	140
4. CONCLUSIONES	142
BIBLIOGRAFIA	144
GLOSARIO	145
Anexos	147

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo1. Modelos de contratos de agencia y Representación Internacional español e inglés	147
Anexo 2. Simbología para mercancías peligrosas Clase 1 Explosivos	151
Anexo 3. Simbología para mercancías peligrosas Clase 2 Gases	152
Anexo 4. Simbología para mercancías peligrosas Clase 3 líquidos Inflamables Y combustibles.	154
Anexo 5. Simbología para mercancías peligrosas Clase 4 Sólidos Inflamables y Peligrosos cuando se humedecen.	155
Anexo 6. Simbología para mercancías peligrosas Clase 5 Oxidantes y peróxidos orgánicos.	157
Anexo 7. Simbología para mercancías peligrosas Clase 6 Materiales y Y sustancias peligrosas	158
Anexo 8. Simbología para mercancías peligrosas Clase 7 materiales radiactivos. Y clase 8 materiales corrosivos.	160
Anexo 9. Simbología para mercancías peligrosas Clase 9 materiales misceláneos.	162
Anexo 10. Rotulado y Símbolos pictóricos reconocidos Internacionalmente.	163
Anexo 11. Modelo de estiba estándar	165
Anexo 12. Ejemplo de Pallet. Paletización de la carga.	166
Anexo 13. Aprovechamiento Cúbico por medio del paletizado.	167
Anexo 14. Norma ISO 3394 sobre dimensiones de embalajes.	168
Anexo 15. Embalajes Reconocidos Internacionalmente.	170
Anexo 16. Embalajes Reconocidos Internacionalmente Continuación.	171
Anexo 17. Clases de Contenedores en dimensiones de 20` y 40` (pies)	173
Anexo 18. Lista de Instituciones Nacionales de Promoción de exportaciones En los países Latinoamericanos.	174
Anexo 19. Lista de fuentes electrónicas de información económica en los países Latinoamericanos	179

RESUMEN

El objetivo de este trabajo es el de proporcionar una herramienta a todo tipo de empresario principalmente a los directores de las PYMES, que se encuentran en la búsqueda de nuevos mercados que les permita sobrevivir en las economías actuales, las cuales son de plena competencia debido al fenómeno de la globalización.

El trabajo se divide en tres partes, iniciando con una definición de negocios Internacionales y los pasos que se deben seguir para internacionalizar una organización.

Después se hace una descripción del marco legal en Colombia como soporte para los empresarios Colombianos en términos de negocios y operaciones de comercio exterior.

Por ultimo, conciente de la importancia del concepto de la logística de distribución en la competitividad de las empresas en el ambiente global, se hace una descripción de las variables más relevantes de la Distribución Física Internacional.

SUMMARY

The objective of this work is the of providing a management tool mainly to the directors of the PYMES that are in the search of new markets that allows them to survive in the current economies which are of full competition due to the phenomenon of the globalization.

The work is divided in three parts, beginning with a definition of International business and the steps that should be continued to internationalize an organization. Then a description of the legal mark is made in Colombia like support for the Colombian managers in terms of business and operations of external trade.

For it finish a description of the most important variables in the International Physical Distribution is made convinced of the importance of the concept of the distribution logistics in the competitiveness of the companies in the global atmosphere.

INTRODUCCION

La necesidad de internacionalizar nuestras pymes. Las razones para no temer enfrentar este reto e iniciar proyectos de conquista de nuevos mercados

Una pequeña mirada a la historia permitirá romper paradigmas existentes, más por desconocimiento que por lo complejo de los proyectos

Desde los tiempos más remotos, los negocios internacionales han estado plagados de problemas incluyendo guerras, conflictos civiles, piratería, levantamientos económicos y barreras culturales. A pesar de esto, nunca ha existido duda alguna respecto al deseo, incluso la exigencia del hombre por comerciar a través de las fronteras internacionales; de igual forma, no existe duda en cuanto a que el móvil de las ganancias ha sido la principal fuerza impulsora para motivar el crecimiento de los negocios internacionales a pesar de alguna muy sustancial falta de incentivos.

Existe evidencia que, más de 2000 años antes de Cristo, los comerciantes de Mesopotamia, Grecia y Fenicia enviaban barcos mercantes alrededor del mundo conocido que en ese tiempo eran las tierras bordeando el mar Mediterráneo (el mar en el centro de la Tierra). En realidad se cree que algunos barcos, en ocasiones navegaban mucho más allá de estos límites y que los comerciantes fenicios visitaban Cornwall, en el sudoeste de Inglaterra, con una cierta frecuencia, probablemente para tener acceso a los ricos depósitos de estaño, un ingrediente crítico en la manufactura del bronce. Sin embargo, gradualmente el creciente comercio en el Mediterráneo quedó bajo el control de Grecia, que en ese tiempo era el líder tanto militar como intelectual y, para el año 500 a. de C., había signos reconocibles de especialización y producción en masa (relativa) en ese país.

En el transcurso de los siguientes trescientos años, la iniciativa había pasado al floreciente Imperio Romano, con el control del comercio internacional siguiendo el movimiento del poder militar y la hegemonía cultural. Roma se convirtió en el centro del negocio internacional en esa época, la primera de ciertas ciudades identificadas de tal manera. Con la decadencia del Imperio Romano en el siglo quinto, Constantinopla se convirtió en el centro principal durante un tiempo, pero alrededor del año 650, Europa había caído en un periodo oscuro de fragmentación y desgobierno que desalentó y casi discontinuó el comercio internacional.

En realidad, este periodo no terminó sino hasta que los cruzados, desde Europa, instalaron lo que serían las bases permanentes en el este del Mediterráneo; tales bases exigían provisiones en forma regular, y Venecia y Génova se establecieron como los más importantes puertos mercantes internacionales. También tuvieron importancia al absorber y transmitir de vuelta a Europa el conocimiento de y la demanda por una gran cantidad de materiales y bienes que eran desconocidos en casa. Este siguió siendo un eje importante de comercio internacional hasta el siglo dieciséis, ya que para entonces el centro del mundo mercante había regresado a Europa del oeste y, el liderazgo había pasado a manos de los españoles y portugueses como resultado de su preeminencia marítima.

La teoría y la práctica del comercio mercantilista se impulsaron durante el siglo dieciséis. Un principio central era que la única forma de que un país ganara riqueza y fuera poderoso era a costa de otros países (en efecto, un juego de ganar-perder). Esto implicaba recursos mundiales estáticos, y el resultado fue una pelea por las colonias en el extranjero comprometiendo a Inglaterra, Francia, Holanda, España y Portugal. Aun Escocia trató de participar, haciendo dos intentos por separado para instalar una colonia en el istmo de Darién, ambos frustrados por Inglaterra y España que trabajaron en

conjunto. La doctrina mercantilista se desintegró con el inicio de la Revolución Industrial, la cual incrementó en gran medida el comercio mundial durante un periodo prolongado de innovación sumamente efectiva.

Para mediados del siglo diecinueve, dos compañías estadounidenses (Colt Industries Incorporated y The Singer Company) y una firma escocesa (J. & P Coats) estaban operando de alguna manera como lo hacen hoy en día las compañías multinacionales. Para principios del siglo XX, varias compañías (incluyendo Ingersoll Rand, General Electric, International Harvester, H.J. Heinz y Bayer) funcionaban en forma muy visible como multinacionales.

Antes de la Primera Guerra Mundial los movimientos de capital internacional estaban asociados con movimientos de población a gran escala fuera de Europa. La mayoría eran inversiones de cartera, convirtiéndose el Reino Unido en la nación acreedora más grande debido a su prosperidad doméstica, la necesidad de asegurar recursos de materias primas y un marco de referencia institucional sumamente avanzado, que canalizó exitosamente los fondos disponibles hacia el extranjero. En el periodo entre las dos grandes guerras, la relativa riqueza de las naciones europeas disminuyó y los Estados Unidos se convirtieron en una importante nación acreedora, cada vez más debido a la inversión directa de las empresas estadounidenses en subsidiarias en el extranjero. Un factor adicional fue la crisis financiera mundial de los años treinta, la cual anunció una considerable caída en la inversión de la cartera internacional.

Desde 1945 ha habido tres fases distintivas en el avance del negocio internacional. Las multinacionales de Estados Unidos y del Reino Unido fueron dominantes hasta alrededor de 1960 y, éstos se concentraban en el campo de la extracción de petróleo y otras materias primas. Durante la siguiente década, compañías provenientes de Europa

continental y de Japón entraron en escena y el dominio del Reino Unido y de los Estados Unidos disminuyó. Durante el tercer periodo (los años setenta y ochenta), las firmas provenientes de Europa (seguidas por Japón) se han convertido cada vez más en una importante fuente de **inversión extranjera directa** (IED). Los Estados Unidos aún son una fuente importante, pero se ha convertido cada vez más en uno de los principales receptores de IED de otras naciones.

El IED a nivel mundial es ahora tan inmenso que los patrones de inversión, difusión de tecnología y el comercio entre naciones (especialmente las desarrolladas) son moldeadas decisivamente por los agentes de la IED: las multinacionales. Las más grandes de estas compañías, que operan en una escala global y con horizontes globales, están fuera de la jurisdicción de cualquier nación individual, al grado que muchos gobiernos ahora las ven como una amenaza política, más que como una amenaza simplemente económica¹.

¹ Tomado de: TAGGART Y McDERMOTT. La esencia de los Negocios Internacionales. 1 edición 1993.

1. ESTUDIO DEL COMERCIO INTERNACIONAL

Después de cien años de estudiar El negocio local, aún no se está en situación de declarar que se entiende por completo. Una razón de más para que los administradores y empresarios abarquen los aspectos internacionales, los cuales son mucho más complejos y están rodeados por muchos más intangibles. Se traerá en mención a Grosse y Kujawa (1988) quienes determinan la situación claramente de la siguiente manera:

1. Casi todas las grandes empresas en países desarrollados son de carácter internacional.
2. Muchas compañías pequeñas y medianas también participan internacionalmente, aunque sólo sea en la forma de actividades de exportación y/o importación.
3. Los ambientes competitivos por lo general son específicos de la industria, y las industrias hoy en día con mucha frecuencia son competitivas internacionalmente.
4. Los temas de política pública con frecuencia están relacionados con el comercio, la inversión y las finanzas internacionales; ningún país hoy en día puede permitirse el lujo de ignorar el sector extranjero al diseñar sus políticas económicas.

1.1 DEFINICIÓN DE NEGOCIO INTERNACIONAL

Las tareas y funciones básicas del negocio internacional son muy semejantes a los de las compañías locales, pero existe una dificultad significativamente mayor para realizarlas con eficacia y para integrarlas., el comercio internacional puede definirse como aquellas actividades de negocios que comprenden el cruce de fronteras nacionales; éstas incluyen:

- Importación y exportación de mercancías y bienes manufacturados.
- Inversión de capital en bienes de manufactura, extractivos, agrícolas, de transportación y de comunicación.
- Supervisión de empleados en diferentes países.
- Inversión en servicios internacionales como banca, publicidad, turismo, venta al menudeo y construcción.
- Transacciones que comprenden derechos de autor, patentes, marcas registradas y tecnología del proceso.

Todas estas actividades pueden tener lugar entre individuos, empresas y otros cuerpos públicos y privados. Los niveles de riesgo que intervienen en el comercio internacional son, por lo tanto, claramente más altos que aquellos en transacciones locales.

1.2 MÉTODOS INDIRECTOS PARA IMPULSAR LOS MERCADOS EN EL EXTRANJERO

Esto abarca todos los casos donde los fondos de la compañía no participan directamente en el mercado extranjero. Una compañía podría decidir introducirse a la arena

internacional exportando desde el país de origen. Este medio de impulsar el mercado extranjero es tal vez el enfoque más fácil y más común, empleado por compañías que toman el primer paso internacional, ya que los riesgos de la pérdida financiera pueden minimizarse. Se tiene que reconocer que las empresas Colombianas por muchos años solo han utilizado esta forma de Internacionalizarse por su pequeña visión y además por limitaciones tecnológicas y económicas. Sin embargo, como una opción a largo plazo, exportar podría tener algunas limitaciones severas, principalmente en términos de flexibilidad e impulso del mercado.

El otorgamiento de licencias es un medio de establecer un apoyo en mercados en el extranjero, sin la necesidad de grandes desembolsos de capital. Los derechos de patente, los derechos de marca registrada y los derechos para usar tecnología de procesos en particular, se otorgan como licencias extranjeras. Es una estrategia preferida para pequeñas y medianas empresas (sobre todo aquellas comprometidas con tecnología avanzada), aunque en ningún sentido está limitado a tales compañías. Este enfoque tiene algunas ventajas significativas. Cuando el capital es escaso, cuando las restricciones de importación excluyen otros medios de entrada, cuando una nación es sensible al dominio extranjero o, cuando es necesario proteger patentes y marcas registradas contra la cancelación por no usarlos, el otorgamiento de licencias es un medio útil de participación internacional. Aunque esto con frecuencia puede ser la forma menos lucrativa de entrar a un mercado extranjero, los riesgos son menores que para la inversión directa. Además del bajo nivel de lucro, otros inconvenientes incluyen seleccionar licenciarios apropiados y determinar políticas para su salida; falta de flexibilidad operacional y una falta de control del mercado casi completa.

1.3 OTRAS FORMAS DE INTERNACIONALIZARSE

1.3.1 Proyectos a través de la inversión extranjera directa IED.

Ragazzi (1973) definió IED como “la cantidad invertida por los residentes de un país extranjero sobre el cual tienen un control efectivo”. Los flujos financieros siempre están acompañados por participación administrativa, y este énfasis en el aspecto del control sirve para diferenciar las inversiones de cartera de las variantes de IED mencionadas antes. Con respecto a formas particulares de IED, las alternativas pertinentes se presentan adelante en orden descendente de participación administrativa.

1.3.2 Subsidiaria extranjera de propiedad total

Instalar o adquirir una planta manufacturera de propiedad total dentro de un país extranjero es la estrategia preferida de un proyecto de internacionalización cuando la demanda (actual o potencial) justifica la inversión. Una compañía podrá fabricar localmente para aprovechar la mano de obra de bajo costo, para evitar altos impuestos de importación, para reducir los altos costos de transportación al mercado, para tener acceso a materias primas, o como un medio de ganar la entrada a otros mercados vecinos. Existen algunas áreas problemáticas asociadas con esta estrategia, las cuales no es probable que ocurran simultáneamente en cualquier país extranjero. Incluyen lo siguiente:

- Riesgos políticos.
- Presiones sociales y culturales.
- Problemas para repatriar bienes.
- Dificultades para financiar operaciones y expansión.
- Antagonismo del país anfitrión hacia posible despojos.

Los beneficios operacionales equilibrados son como sigue:

- Protección del nombre de marca o la tecnología de la Empresa Matriz.
- Facilidad de integración de la producción de la Empresa Matriz.
- Mayor habilidad de la Empresa Matriz para estandarizar los programas del mercado.
- Mantenimiento de estándares de calidad del producto.

1.3.3 Coinversiones Joint Venture

Debido a una variedad de razones, una Empresa que desee Iniciar un Proyecto de Internacionalización podría decidir compartir la administración de la subsidiaria con una o más empresas colaboradoras y entrar a una coinversión. Al igual que en el caso del otorgamiento de licencias, una de las razones más poderosas para entrar en coinversiones es que reducen sustancialmente los riesgos políticos y económicos en proporción con la contribución total de los socios. Más aún, muchos gobiernos (especialmente en países en vías de desarrollo) podrían requerir coinversiones como medios de inversión extranjera al interior. Otras razones en favor de una coinversión incluyen las siguientes:

- Podría permitir que una Empresa Internacional utilice los conocimientos especiales de un socio local.
- Podría permitir que la Empresa Internacional gane acceso preferencial al sistema de distribución local del socio.
- Es útil donde a la Empresa Internacional le falta capital y/o la capacidad administrativa para expandir sus actividades internacionales.

El principal inconveniente es la pérdida del control absoluto y de la libertad de flexibilidad operacional. Sin embargo, la popularidad de las coinversiones va en aumento en los años 2000, convirtiéndose así en la respuesta estratégica principal de muchas empresas Japonesas Internacionalistas.

1.4 FORMULACION DEL PROYECTO DE INTERNACIONALIZACIÓN DE EMPRESAS

Hoy más que nunca se ha puesto de moda la palabra **exportar**; pero son muchas las características que debe tener un empresario con visión internacional para lograr dicho propósito.

La internacionalización implica ir más allá del proceso de exportación. La internacionalización comprende e incorpora una cultura a mediano y a largo plazo, con una concepción más amplia y profunda que el simple hecho de exportar. Implica un cambio de mentalidad de toda la organización hacia la implantación de una cultura global, basada en constante investigación de mercados externos; investigación y desarrollo o adaptación del producto; asistencia y participación en ferias internacionales; viajes de negocios internacionales para conocer el mercado de los productos a donde serán exportados; contacto permanente con embajadas y agremiaciones y el aprovechamiento de las ventajas arancelarias y los incentivos otorgados por el gobierno colombiano. Si los empresarios no ingresan en los mercados externos con misión, visión y objetivos bien definidos y estrategias acordes con la realidad, política sólida, coherente y decidida a conquistar los mercados externos, estarán expuestos a desaparecer o, en el mejor de los casos, a ser exportadores pasivos, o simplemente comercializadores o distribuidores de los productos importados de los Estados Unidos, Europa o Asia.

Para entrar en el proceso de internacionalización se necesita, primero, un fuerte compromiso y convicción a mediano y a largo plazo del reto y de los beneficios que

implica empezar con la exportación; si no hay un claro convencimiento del proceso emprendido, todos los esfuerzos se quedarán sólo en proyectos muy bien plasmados en el papel. Segundo: conocer cuáles son los recursos en materia financiera y empresarial con que se cuenta para la aventura de la exportación e internacionalización. Tercero: la marca, y el producto que empezará a exportarse deberá poseer un registro, ya que por esta marca será recordado en los mercados internacionales. Cuarto: analizar de manera profunda su capacidad de producción con calidad internacional o su gestión para lograr maquilas que en un momento dado no pueda cumplir con su propia producción para dar respuesta a dicha demanda. Quinto: rodearse de un buen equipo de profesionales con amplia experiencia en el área de los negocios y el comercio internacional, y estar en permanente contacto, hacer presencia en los mercados internacionales, ya sea directa o indirecta, participando en ferias y eventos internacionales para olfatear las nuevas tendencias del mercado. Y por último: ser un gran gestor para lograr alianzas y acuerdos de cooperación internacional con proveedores, clientes o con agentes representantes de negocios internacionales.

1.4.1 PRIMER PASO

Un proceso de internacionalización se empieza a dar con la presencia en los mercados externos, se inicia con la investigación de los mercados internacionales o del mercado meta preseleccionado, la cual permite saber de forma metódica, cronológica y sistemática cómo se debe recopilar, codificar, analizar e informar los hallazgos o resultados relacionados con una situación específica en el mercado internacional escogido para tomar decisiones acerca de:

- La demanda potencial del producto.
- La estrategia hacia los países seleccionados en el mercado internacional.

- Cómo determinar las restricciones cualitativas y cuantitativas existentes de los mercados internacionales; es decir, el grado de barreras arancelarias y para arancelarias impuestas al libre comercio mundial para las exportaciones del producto a dichos mercados.
- Las normas técnicas vigentes en el país de destino, como las normas ISO (International Standards Organization), normas norteamericanas muy usadas (ASTM, ASME, API, ANSI) y otras. Al empezar a exportar, se exigirán dichas normas y hay que establecer, desde el comienzo, mediante acuerdo entre vendedor y comprador, las normas de referencia, sus métodos de verificación y los requerimientos especiales del cliente.
- Los canales de distribución y comercialización internacional más adecuados para el producto.
- Los cambios tecnológicos para enfrentar, las costumbres, los deseos y necesidades de los mercados internacionales respecto al nacional.
- Los cambios en las estrategias de promoción y publicidad internacional. Ej. Las amenazas y oportunidades del mercado internacional.
- El desarrollo de nuestras acciones comerciales en los mercados internacionales
- Los clientes potenciales; por ejemplo, los motivos por los que compran productos importados de multinacionales o de empresas no multinacionales. También para saber qué imagen tiene el país exportador en el mercado internacional.
- Cómo exportar un producto.
- El lanzamiento de un nuevo producto al mercado. Esto es clave para definir la marca, el envase, la etiqueta, el tamaño, el precio o cualquier otra característica del producto.
- La distribución, comercialización y logística. Una de las mayores dificultades para el exportador consiste en el poco o ningún conocimiento disponible sobre las

características de calidad que deben reunir los productos de exportación; las características de los mercados internacionales; los mecanismos y procedimientos de exportación, y sus trámites, y las circunstancias y las seguridades de pago.

1.4.1.1 La investigación internacional de mercados

Refleja el objetivo de toda investigación. Es obtener datos importantes sobre el mercado meta internacional y de la competencia, los cuales servirán de guía para la toma de decisiones. No se debe limitar el proceso de investigación únicamente al momento en que se inicia un negocio de exportación, sino que debe convertirse en una actividad continua.

La investigación de mercado involucra el uso de varios instrumentos para analizar las tendencias del consumidor. Algunos de estos instrumentos incluyen: encuestas, estudios estadísticos, observación, entrevista y grupos focales. La investigación provee información sobre el perfil de los clientes, incluyendo sus datos demográficos y psicológicos. Estos datos son características específicas del grupo objeto, necesarias para desarrollar un buen plan de mercadeo dirigido a nuestro público primario.

- ¿Qué exportar? Producto “marca”.
- ¿A dónde exportar? Mercados CAN, G-3, NAFTA, MERCOSUR, UE, ASEAN.
- ¿Cómo exportar? Tipo de LCI-DFI para utilizar (transporte, normas, medios de pagos, documentación requerida para la exportación, formas de pago y otros más).
- Los cambios en la conducta del consumidor nacional e internacional.
- Los cambios en los hábitos de compra de productos locales e internacionales.
- La opinión de los consumidores globales.
- La viabilidad del plan estratégico de exportación e internacionalización.

- Las acciones que deben tomarse en cuanto a alianzas y estrategias en el mercado internacional.
- Los costos del monto del proyecto o inversión para realizar en el país extranjero.
- Los cambios para realizar en la decisión de exportar, si va a efectuarse vía directa, indirecta, mixta o concertada.
- Qué tan cerca se estaba o no del proyecto antes de la investigación de mercados.

1.4.1.2 Beneficios de la investigación de mercados

La información obtenida a través de una investigación científica de mercado suele ser confiable y debe utilizarse como guía para el desarrollo de las estrategias empresariales. Así mismo, es una guía para la comunicación con los clientes actuales y potenciales.

Al realizar una buena investigación, los resultados ayudarán a diseñar una campaña efectiva de mercadeo, que les dé la investigación de mercados a los consumidores potenciales la información que les interesa.

Permite identificar oportunidades en los mercados internacionales. Por ejemplo, al planificar el inicio de un negocio internacional en determinada región geográfica se descubre que en ese lugar existe poca competencia; entonces, aquí ya se identificó una oportunidad. Las oportunidades para el éxito aumentan si la región en la que se piensa hacer negocio está altamente poblada y si los residentes reúnen las características de su grupo seleccionado.

- Respecto a la calidad, debe cumplir con todos los requisitos de las normas técnicas aplicables del país de destino. No excederse en una capacidad instalada de producción y optimizar la misma capacidad de la producción siendo flexible, adecuada y suficiente para adaptarse, en forma rápida y económica, a las fluctuaciones de la demanda internacional.
- Garantiza un suministro estable del producto conforme a la demanda.

- Garantiza la calidad de sus productos de exportación mediante los mecanismos y autoridades del caso.
- Los medios y sistemas de envase y embalaje que la empresa puede utilizar, garantizan la calidad del producto.
- Garantizar un adecuado servicio al cliente-consumidor del país de destino. Los medios de transporte que utiliza la empresa garantizan la calidad, oportunidad y demás elementos clave en la comercialización.
- Identifica la demanda del producto en los mercados externos, la cual se inicia con la inteligencia y la investigación de mercados internacionales. Ésta es una de las tareas más complejas para cualquier ejecutivo de negocios internacionales o empresa que empiece el proceso de exportación e internacionalización. Sin embargo, todo producto en el ámbito mundial posee una posición arancelaria que puede encontrarse en el *índice alfabético arancelario* o en el arancel de aduanas. La finalidad de la posición arancelaria es buscar en el régimen de importaciones / exportaciones para identificar si el producto puede aprovechar las ventajas y preferencias arancelarias otorgadas por los acuerdos bilaterales o multilaterales generados por los procesos de integración o las preferencias unilaterales. Estas son: el Sistema General de Preferencias (SGP), otorgados por los países industrializados unilateralmente a los países en vías de desarrollo o en proceso de industrialización. A diferencia del SGP, el Sistema General de Preferencias Andinas (SGPA) lo otorgan unilateralmente los países de la Unión Europea (UE) a los países de la CAN (Comunidad Andina de Naciones: Colombia, Venezuela, Ecuador, Perú y Bolivia), con el objetivo de ayudar a solucionar en parte los problemas de la droga y el narcotráfico. En el siguiente capítulo de la Monografía se profundizará acerca de estos acuerdos.

1.4.2 Segundo paso

Con la información obtenida a partir de la inteligencia e investigación de mercadeo y de mercados internacionales y definida la identificación del producto, el cual determina las exigencias de entrada, barreras arancelarias y paraarancelarias, como también el régimen comercial aplicable al producto en ese mercado, debe empezarse con la preselección de países potenciales, ya sea en la CAN, G-3, NAFTA, UE o ASEAN; es decir, hacer un listado de los países que presentan mejores alternativas y perspectivas para el producto que se ha decidido exportar a los mercados potenciales, pues existen incentivos que ofrece el Gobierno a las exportaciones. Éstos son:

- Arancelarios planes especiales
- Zonas Francas
- Zonas económicas Especiales de Exportación
- Sociedades Portuarias regionales

En el siguiente Capítulo se profundizará en cada uno de estos elementos.

1.4.3 Tercer paso

Identificada la posición arancelaria, realizado el análisis sobre el tratamiento preferencial del producto, es decir, qué ventajas aprovechar, el siguiente paso es la selección del país o países en cuanto al potencial del mercado, distancia geográfica, cultura, idioma, costumbres e ingreso per cápita. Efectuada la etapa anterior, viene la siguiente: un análisis más detallado y riguroso del país seleccionado, al cual se decidió entrar, porque brinda mayores alternativas por afinidad cultural, idioma, volumen de demanda o nichos de mercado, forma de pago, riesgo sector, riesgo país, situación geográfica, factores de transporte, distribución física internacional y logística, frecuencia de vuelos internacionales y otros.

1.4.4 Cuarto paso

Dentro de las tareas más complejas están la definición de cómo ingresar la *pyme* en el mercado externo y las políticas para adoptar en el largo plazo, y otorgamiento de crédito al importador (comprador) en el mercado internacional; de ahí que toma gran importancia la utilización de los créditos documentarios al inicio de una negociación internacional. La otra gran complejidad está en cómo se otorgará el crédito a la empresa en dicho país, ya que cuando se inicia se desconoce el importador y el país del importador en materia de riesgo económico, político y social. Por tal motivo, resulta clave el estudio del país en cuanto al análisis del riesgo país y riesgo sector; dicha labor puede ser contratada con empresas multinacionales como Moody's, Standard & Poors, Duff & Phelps, NAIC e IBCA.

1.4.4.1 Calificación de valores o riesgos en un proyecto de internacionalización de empresas

¿Qué es una calificador de valores o de riesgos?

En los mercados globales, cada vez es más importante saber la situación de riesgo del país, del sector y de la empresa con la cual se va a negociar. Sin embargo, para un ejecutivo de negocios internacionales el temor se reduce al otorgar el crédito, siempre y cuando se acuda a investigar a su cliente en el ámbito internacional a través de una calificador de valores o de riesgos, ya que los ejecutivos del área internacional ajenos a los asuntos financieros o del mercado de valores, podrán imaginarse muchas cosas. Con frecuencia, se tienen ideas erróneas sobre la visión del tema: creen que su trabajo consiste en averiguar la solidez o consistencia de un banco o de una institución financiera o de evaluar la tendencia de las cotizaciones de valores bursátiles y muchas otras cosas. Pero no, la actividad de una calificador de riesgos es muy distinta.

Una calificadora de riesgos es una firma o compañía especializada en analizar emisiones de renta fija. Es decir, en el mercado crediticio y de títulos valores emite opiniones muy calificadas sobre la capacidad de pago oportuno de capital e intereses de obligaciones que están siendo objeto de la calificación.

Por lo general, se trata de títulos valores, pero pueden darse también opiniones sobre deuda corporativa; es decir, la que tiene una empresa con el sector financiero, estatal u otra entidad crediticia. El concepto u opinión se refiere a la capacidad que esas empresas tienen de pagar su deuda o sus títulos valores de manera oportuna; en otras palabras, qué tan seguro se está de que las obligaciones van a cumplirse en las fechas pactadas.

La opinión dada se fundamenta en análisis muy completos de la entidad que va a hacer la emisión y que va a ser calificada.

Ellos advierten que las opiniones consignadas en los informes se toman con absoluta libertad y autonomía y sólo reflejan la circunstancia particular de cada empresa estudiada y su capacidad para pagar a tiempo sus obligaciones.

Una calificación de esta índole se basa en análisis cualitativos y cuantitativos, que varían según el medio o entorno económico de cada sector y la naturaleza de la emisión, la empresa que emite, su desempeño particular y su cultura empresarial.

1.4.4.2 Proceso para la calificación

La opinión de la calificadora se da con base en análisis muy completos y rigurosos de la entidad que va a ser calificada. Para el efecto, se hace un análisis tanto cuantitativo como cualitativo, pero sin otorgarle una ponderación específica a ninguno de los factores. Se trata de hacer un *balanceo* entre los diferentes análisis y por allí llegar a una calificación acertada y real. Para lograr ese resultado, la calificadora tiene acceso a una información pormenorizada y profunda suministrada por la entidad a sus más altos ejecutivos.

En este proceso se encuentra mucha información no disponible para el mercado y que muchas veces, a solicitud de la empresa calificada, no se hace pública porque hay aspectos que se quieren conservar como estrategias de negocios pero que tienen un peso decisivo en el momento de otorgar la calificación.

De todas maneras, la calificación sólo se divulga al público cuando la empresa autoriza. Todas las calificaciones, en principio, son privadas. Pero los análisis no se limitan a estudiar la información suministrada; existe también la instancia, considerada muy importante, del contacto directo con los ejecutivos de primero y segundo nivel de dirección en la empresa estudiada.

Dentro de cada proceso de calificación se realizan visitas a las empresas para contactar a su personal ejecutivo y detectar así el pensamiento de las cabezas que dirigen las estrategias empresariales, conocer lo que cuentan, cuál es su interpretación de la empresa, su visión y perspectivas del negocio.

1.4.4.3 Importancia y beneficios de la calificación

Para una empresa con miras a exportar, a otorgar créditos internacionales o que pretenda lanzar al mercado títulos valores para conseguir recursos frescos, la calificación dada por una empresa especializada es clave porque, según el nivel de calificación de la emisión que se pretenda colocar, la operación podrá realizarse con más o menos éxito. De la calificación también dependen los costos que la empresa emisora tendrá que asumir: si la calificación es alta, los riesgos son mínimos y, en consecuencia, los intereses que pague a los inversionistas serán menores. Por el contrario, una calificación baja implica mayores costos por pago de intereses, pues los niveles de riesgo son mayores. En la práctica, la calificación de riesgos es un servicio que dota a los mercados de elementos de juicio que facilitan que potenciales inversionistas tomen sus decisiones con seguridad.

1.4.4.4 Escalas y tipos de calificación de riesgo

Para asignar los diversos tipos de calificaciones, las empresas especializadas suelen disponer de escalas. Las dispuestas por Duff and Phelps para asignar sus diversos tipos de calificaciones son:

- Bonos ordinarios, endeudamiento a largo plazo, instituciones financieras a largo plazo.
- Bonos públicos, bonos estructurados, titularización de cartera, titularización de flujos futuros y *project finance*.
- Endeudamiento a corto plazo e instituciones financieras a corto plazo.
- Titularización inmobiliaria.
- Capacidad de pago de siniestros.
- Fondos de inversión- Riesgo crediticio.
- El Fondos de inversión-Riesgo de mercado.
- El Riesgo de contraparte.
- El Tipos de calificación.

Los tipos de calificación, en términos generales, van desde AAA, para una emisión con alta calificación crediticia, y EE, para una sin suficiente información para calificar. Entre el primer tipo, donde los riesgos son en la práctica inexistentes, y el tipo EE, hay una toda una gama de calificaciones que muestran la consistencia o debilidad de las emisiones analizadas.

Por ejemplo, entre AA+ y AA- se mueven emisiones de alta calidad, con factores de protección muy fuertes y riesgos modestos que pueden variar un poco en forma ocasional por las condiciones del mercado.

Luego sigue un rango entre A+ y A-, que continúan siendo emisiones de buena calidad y protección adecuadas pero con riesgos mayores y más variables en períodos de bajas en la actividad económica.

Aparecen entonces las BBB en sus diferentes rangos, donde asoman ya factores de protección inferiores al promedio y variabilidad en el riesgo. De ahí para abajo, hasta la EE (sin suficiente información para calificar), por lo general se incluyen emisiones situadas por debajo del grado de inversión, con riesgos de incumplimiento en sus obligaciones y escasos factores de protección.

1.4.4.5 Agencias y publicaciones calificadoras del riesgo país

Estas agencias son empresas privadas dedicadas a la evaluación de un país desde un punto de vista político, económico y social, la cual da una calificación que sirve de instrumento para las decisiones de inversión y permite mitigar el riesgo que supone invertir en activos financieros de diversos prestatarios, ya sean éstos países, entidades estatales, estados, provincias, ciudades o empresas. Es decir, lo que califican las agencias de *ratings* es la capacidad y el deseo de un emisor soberano para devolver la deuda pública emitida de manera periódica.

1.4.4.6 Principales agencias calificadoras en el mundo

a. MOODY'S

Fundada en 1911, su aproximación al concepto de riesgo país difiere de otras calificadoras, ya que considera que no se debe basar sólo en un análisis de indicadores y rangos, tanto políticos como económicos. Esta calificación no se refiere exclusivamente a la calidad de crédito de un gobierno, sino a la totalidad del país, incluyendo deudores del sector público y privado.

Los criterios de clasificación que utiliza Moody's se basan en dos aspectos. En primer lugar, es posible que un país no cumpla sus obligaciones por una diferencia crítica de generación de divisas, la cual puede ser producida por la caída en las exportaciones, por inestabilidad económica, política o de cierre de fronteras, sanciones dadas en los acuerdos y procesos de integración y acuerdos comerciales, lo cual da como resultado que la moneda fuerte, por ejemplo el dólar, obtenga una alta y mayor demanda que la nacional, lo que conduce a que las personas compren más dólares por temor a la incertidumbre, haciendo que el gobierno tenga que sacar sus reservas para intervenir y equilibrar el grado de incertidumbre en la economía. En segundo lugar, el país se ve incapaz de cumplir las obligaciones internacionales de deuda, por problemas de liquidez a corto plazo.

b. *STANDARD & POORS (S & P)*

Es una de las agencias calificadoras de riesgo más importantes y conocidas en el ámbito mundial en el sector financiero; al igual que Moody's, Standard & Poors divide las inversiones en grado de inversionista y de grado especulativo. Dentro de sus criterios, tiene en cuenta variables económicas estándares como el PIB, la inflación, la devaluación, y además otras variables como la situación política, características culturales, étnicas, raciales y demográficas, lo mismo que las relaciones económico-sociales internacionales.

c. *DUFF & PHELPS (D & P)*

Se considera la tercera agencia en importancia de calificación de riesgo país en el ámbito global. Los criterios de calificación de D&P se basan en variables macroeconómicas habituales como las de S&P, las cuales dan mayor relevancia en la parte política y social, y le adiciona otros factores como el terrorismo, el sistema político, económico, la violencia y la corrupción política administrativa.

d. NAIC

National Association of Insurance Companies (NAIC) es la agencia calificadora de riesgo de las compañías de seguros. Tiene mucha relevancia debido a que estas compañías manejan altos niveles de liquidez y, por tanto, son de gran importancia sus versiones en carteras de deuda internacional.

Los criterios de calificación que aplica la NAIC son muy estrictos en la gestión del emisor sobre variables como el control de la inflación y su política económica coherente y consistente en el tiempo. También estudia con detenimiento la estructura de la deuda externa del país emisor.

e. IBCA Banking Analysis Ltd.

IBCA, importante agencia europea de calificación, se dedica analizar bancos en todo el mundo. La introducción de IBCA en el mercado de las calificaciones soberanas se debe al gran atractivo que tiene este sector. Por ello han surgido nuevas firmas que intentan adecuar sus esquemas de calificación a las nuevas necesidades de sus clientes. En el caso de la IBCA, su sistema de calificación es distinto al de los demás competidores, ya que es más profundo y extenso, además de tener unos menores costos para el país calificado.

1.4.4.7 Publicaciones que incluyen calificaciones del riesgo país

a. EUROMONEY

Otra fuente de calificación de países, complementaria a las agencias de *ratings*, utiliza la colaboración de veinticinco prestigiosos economistas de todo el mundo. Las variables que analizan los economistas para *Euromoney* se basa en la estabilidad del crecimiento económico, la estabilidad monetaria y los desajustes estructurales.

b. INSTITUTIONAL INVESTOR

Dirigida a instituciones financieras más que a particulares, también tiene una clasificación de riesgo país, en la que incluye a más de cien países.

Clasifica a los países en función de su capacidad crediticia y, para ello, se basa en la evaluación realizada por un conjunto de 75 a 100 bancos internacionales, y es especialmente buena para apreciar el riesgo de los países menos desarrollados y que no tienen acceso al euromercado.

c. THE BANKER

Se trata de otra revista para entidades financieras, donde se elaboran unos indicadores de riesgo país. Estos indicadores diferencian los estimativos para el corto y el largo plazo, además de combinar distintas jerarquizaciones.

d. INTERNATIONAL COUNTRY RISK GUIDE

Los criterios de calificación de esta publicación se basan en los riesgos políticos y los riesgos económicos, divididos estos últimos en riesgos financieros y económicos.

1.4.4.8 Análisis económico para el estudio de riesgo país

TABLA 1

Resultados del gobierno saliente en el último año de su gestión	Estrategia de política económica del nuevo gobierno	Entorno	Evaluación de la política económica y de los resultados
<i>Crecimiento económico</i> <ul style="list-style-type: none">• PIB, PNB• Ingreso per cápita• Consumo• Nivel de inversión extranjera• Utilización de la capacidad productiva y de la dotación de los factores• Devaluación<ul style="list-style-type: none">• Tipo de cambio• Exportaciones• Importaciones	<i>Objetivos</i> <ul style="list-style-type: none">• Crecimiento Económico• Estabilidad de precios• Equilibrio de la balanza de pagos• Pleno empleo <i>Políticas</i> <ul style="list-style-type: none">• Fiscal• Gasto público• Impuesto• Saldo presupuestario <i>Monetaria</i> <ul style="list-style-type: none">• Tipos de interés	<i>Contexto interno</i> <ul style="list-style-type: none">• Sectores económicos• Situación política• Situación económica por Sectores• Situación social• Instituciones Económicas• Geografía económica <i>Entorno internacional</i> <ul style="list-style-type: none">• Integración económica• Internacional• Instituciones - OMC,	<i>Evaluación de políticas</i> <ul style="list-style-type: none">• Contrastar la política económica seguida con la estrategia de política económica propuesta• Resultados obtenidos con la política económica seguida

<ul style="list-style-type: none"> • Balanza comercial con sus principales socios comerciales • Balanza de pagos <p><i>Inflación</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Precios al consumo IPC • Deflactor • Salarios • Productividad • Costos laborales Unitarios <p><i>Desempleo</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Tasa de paro • Crecimiento de la población activa <p><i>Equilibrio exterior</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Balanza comercial • balanza comercial con sus principales socios comerciales • Balanza por C/C • Balanza básica • Movimiento de reservas 	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de dinero <p><i>Laboral</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Pactos sociales • Mercado de trabajo • Fuentes de trabajo <p><i>Controles directos</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Regulaciones ambientales • Control de precios <p><i>Exterior</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Aranceles • Tipos de Cambio • Política de Comercio exterior • Acuerdos Bilaterales y Multilaterales • Preferencias arancelarias como el SGPA, SGP, ATPDEA 	<p>FMI, BM, CAF, BID</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acontecimientos relevantes <ul style="list-style-type: none"> • Bloques comerciales a los cuales pertenece como el G3, CAN, NAFTA, UE, NICS, MERCOSUR, etc. 	
---	---	---	--

Respecto al mercado y su tamaño, todo empresario o ejecutivo de marketing internacional debe hacer un análisis tanto cualitativo como cuantitativo del mercado del país de destino para obtener datos e información de los siguientes aspectos:

Tamaño del mercado

- Población.
- Idioma oficial.
- Segundo idioma.
- Total habitantes.
- Tasa de crecimiento.
- Distribución por sexo.
- Distribución por edades.

Renta

- PIB.
- PNB.
- PIB per cápita.
- PIB por ramas de actividad.
- PIB por componentes del gasto.
- Proyecciones del PIB.

Situación geográfica

- Países limítrofes.
- Extensión.
- Marco político.
- Forma de Estado.
- Jefe de Estado.
- Parlamento o Congreso.
- Partido gobernante actual.
- Partido más influyente o tradicional.
- Organización territorial del Estado.

Datos de interés social

- Grupos étnicos.
- Religiones.
- Lenguas, dialectos.
- Nivel de alfabetismo, mortalidad y natalidad.
- Nivel de educación media y superior.

Naturaleza de la economía

- Actividad económica.
- Población ocupada por sectores.
- Agricultura, pesca, minería.
- Industria.
- Servicio.
- Déficit presupuestario.
- Deuda externa pública y privada.
- Balanza de pagos.
- Balanza comercial con sus tres principales socios comerciales.
- Exportaciones.
- Importaciones.
- Inversión directa general.
- Inversión por sectores.
- Mayores inversionistas.
- Características de los principales sectores productivos.

Infraestructura de transporte, distribución y logística de las mercancías

- Rutas principales en carreteras (red vial).
- Puertos marítimos.
- Puertos fluviales.
- Ferrocarriles.
- Aeropuertos.
- Logística en conjunto con el transporte unimodal y multimodal.

Servicios comerciales y bancarios

- Banco central; influencia del Gobierno.
- Influencia del sector privado.
- Tipos de bancos: estatales, privados.
- Mixtos, extranjeros.
- Inversión extranjera en el sector financiero.
- Influencia de la banca multilateral.
- Estabilidad financiera.
- Bancos extranjeros y su representación en la región, en la subregión y en Europa o Asia.

Apertura y acceso al mercado

- Grado de apertura del mercado.

Aranceles e impuestos oficiales

- Barreras arancelarias.
- Barreras no arancelarias o para arancelarias.
- Régimen del comercio.

Comercio exterior

- Entidades Que trazan y ejecutan la política del comercio exterior.
- Conformación del gobierno en el comercio exterior.
- Comercio bilateral con tres principales mercados.
- Comercio subregional y regional.
- Política del tipo de cambio. Esto cuando se exporta a países con moneda no considerada fuerte. Deberá analizarse pronósticos del tipo de cambio.
- Tipo de cambio fijo.

- Tipo de cambio fluctuante.
- Tipo de cambio en el futuro y a la vista

1.4.5 Quinto paso

Identificado y analizado el mercado meta internacional tanto cualitativo como cuantitativo, el siguiente paso es realizar un análisis del producto o marca que se ha elegido exportar, y ver si es el adecuado para el mercado internacional. Lo más probable es que no, ya que cada mercado internacional es muy distinto en cuanto a gustos, preferencias, expectativas, cultura, calidad, sabor, olor, empaque, embalaje, normatividad, restricciones y demás factores intangibles que a primera vista son invisibles a la luz del exportador. Es decir, en esta etapa, el producto, según el mercado internacional a donde será exportado, sufrirá modificaciones, adecuaciones o ajustes al proceso productivo, de calidad, de empaque o de etiquetado para ser adaptado al mercado de destino, pues un producto con éxito en el mercado doméstico no garantizará éxito en el internacional. Sin embargo, hay excepciones muy contadas de empresas multinacionales. En este caso son empresas que están iniciando sus primeros pasos de exportación. Se puede decir que de cada 10 empresas, sólo tres son exportadoras y aún no han llegado a la etapa madura de la consolidación de la internacionalización.

El ejecutivo de marketing internacional, con la información anterior, toma la decisión de cómo ingresar en el mercado, si directa o indirectamente o de forma concertada.

1.4.6 Sexto paso

Corresponde a la asignación de los recursos para la gestión del plan de exportación o de internacionalización, que se basa en un *marketing mix internacional* que incluya interrelación de recursos de la empresa, análisis del entorno interno-externo, variables y

efectos del país de destino, con la mezcla y la afinidad del producto, plaza, precio, distribución y logística. También se incluirán: los ajustes del producto y de empaque, embalaje y etiquetado; el precio, el cual deberá estar acorde con el mercado donde se opera; la promoción y publicidad, que normalmente sufren cambios; y el manejo de los productos (carga), de lo cual se encarga la distribución física internacional y logística comercial internacional las cuales se tratarán en el tercer capítulo de este trabajo.

Una vez asignados los recursos del plan exportador de internacionalización, surgen de allí las estrategias de ingreso en el mercado externo. Entrar directamente implica trasladar parte de la organización del mercado doméstico al mercado internacional. En principio, si no se tiene una estructura con suficientes recursos que pueda soportar los costos iniciales como una empresa grande o multinacional, es mejor no hacerlo, porque los costos de acceder directamente son muy altos. Es mejor iniciar en la apertura de mercados externos como Estados Unidos, Venezuela, Ecuador o Perú. (más por las experiencias vividas por otros empresarios y el campo que se tiene ganado en estos países) .Lo más conveniente es hacerlo indirectamente, empezando por contactar a agentes, representantes, *trading*, comisionistas o consorcio de exportación interno, concesionarios externos, etc.

2. EL MARCO LEGAL PARA EL COMERCIO EXTERIOR EN COLOMBIA SOPORTE DE LOS PROYECTOS DE INTERNACIONALIZACIÓN DE PYMES

2.1 LA LEY MARCO DE COMERCIO EXTERIOR COLOMBIANO “LEY 7ª DE ENERO 16 DE 1991”, 6

Esta Ley estableció los criterios generales de política de comercio exterior, algunos de sus objetivos son:

- Impulsar la internacionalización de la economía colombiana para lograr un ritmo creciente y sostenido de desarrollo.
- Impulsar la modernización y a eficiencia de la producción local, para mejorar su competitividad internacional y satisfacer adecuadamente las necesidades del consumidor.
- Apoyar y facilitar la iniciativa privada y la gestión de distintos agentes económicos en las operaciones de comercio exterior.
- Coordinar las políticas en materia de comercio exterior con las políticas arancelaria, cambiaria y fiscal.

Para el logro de tales objetivos, la Ley Marco creó el Consejo Superior de Comercio exterior, el Ministerio de Comercio Exterior (**hoy fusionado con el ministerio de Industria y turismo**), el Banco de Comercio Exterior y PROEXPORT.

Igualmente, se ha profundizado en el proceso de integración económica, ejemplos de ello los Acuerdos de Complementación Económica con Chile y Argentina; los países miembros de la Comunidad Andina han adelantado la armonización del Arancel Externo Común acercándose en la configuración de una Unión Aduanera; el Tratado de Libre

Comercio entre Colombia, Venezuela y México (G-3); el Acuerdo sobre Comercio y Cooperación Económica y Técnica con los países del CARICOM (Mercado Común del Caribe), los Acuerdos de Alcance Parcial con Panamá y Cuba; además, los avances obtenidos en las negociaciones de un Acuerdo de Libre Comercio entre Colombia, Venezuela y el Mercado Común Centroamericano y el Acuerdo de Complementación Económica que se adelanta entre la Comunidad Andina y el MERCOSUR (Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay). Se espera que Colombia participe activamente también en negociaciones con otros bloques comerciales como el NAFTA (Tratado de Libre Comercio de Canadá, Estados Unidos y México).

2.1.1 Alcance de la Ley

Siendo consciente del papel fundamental que cumplen las exportaciones en el desarrollo de los objetivos planteados en la Ley Marco de Comercio Exterior, el Gobierno nacional ha venido tomando medidas que facilitan y simplifican los trámites que los exportadores deben realizar ante las diferentes entidades oficiales, así:

2.1.1.1 Para simplificar trámites:

- El Registro nacional de las Exportaciones ante la Dirección General de Comercio Exterior del Ministerio de Comercio Industria y Turismo (antes en el INCOMEX).
- Se unificó en la Declaración de Exportación “DEX”, el Registro de Exportación, la Modificación al Registro de Exportación y el Manifiesto de Exportación. Por lo tanto, en dicho documento quedan consignadas las operaciones de: Embarque, registro y sus modificaciones.
- La Dirección General de Comercio Exterior unificó los Formularios utilizados para

el Registro de Productor nacional y de Determinación de Origen. Igualmente, se actualizaron y simplificaron los procedimientos relacionados con Los Sistemas Especiales de Importación y Exportación.

2.1.1.2 Para facilitar operaciones cambiarias

- o Se facultó a los Intermediarios Financieros para realizar operaciones cambiarias (transferir o negociar las divisas sujetas a control, es el caso de las divisas generadas por las exportaciones).
- o Se han desarrollado una serie de medidas tendientes a estimular la inversión extranjera².

Igualmente, se confirmaron los Sistemas especiales de Importación Exportación y el CERT, como instrumentos de primera importancia para la promoción de las exportaciones. (Aunque en la actualidad se está desmontando este instrumento) En este mismo sentido, se privatizaron las Zonas Francas y los puertos marítimos.

2.2 INSTRUMENTOS DE PROMOCION Y APOYO A LAS EXPORTACIONES

2.2.1 Sistemas especiales de importación- exportación “PLAN VALLEJO”

Es un régimen que permite a personas naturales o jurídicas que tengan el carácter de empresarios productores, exportadores o comercializadores o entidades sin ánimo de lucro, importar temporalmente a territorio aduanero colombiano con exención total o parcial de derechos de aduana e impuestos; insumos, materias primas, bienes intermedios o bienes de capital y repuestos que se empleen en la producción de bienes

² Decreto 2080 de 2000

de exportación o que se destinen a la prestación de servicios directamente vinculados a la producción o exportación de estos bienes (resolución 1860 de 1999 del antiguo INCOMEX artículo 2) Este incentivo fue creado con el Decreto Ley 444 de 1967 y se desarrolla al amparo de los artículos: 172,173 B, 173C, 174 y 179 del Decreto en mención.

2.2.1.1 Programas cubiertos por el Plan Vallejo

- Materias primas e insumos: Artículos 172 y 173B.
- Bienes de Capital y repuestos: Artículos 173C y 174.
- Reposición de Materias Primas: Artículo 179.

2.2.2 Zonas francas

Como resultado del proceso de globalización de la economía, de las tendencias del comercio en el ámbito mundial y de la nueva administración por parte del sector privado, se hizo necesaria una revisión y una modificación del régimen de Zonas Francas en Colombia; se expidieron los Decretos 2131 de 1991 y 2233 de 1996, que permiten que proyectos de zona franca netamente privados sean aprobados por el Ministerio de Comercio Exterior. Además, surgió el concepto de Zona Franca Industrial de Bienes y de Servicios, sustituyendo el antiguo esquema de Zona Franca Industrial y Zona Franca Comercial, con lo que, entre otras cosas, se permitió la instalación de empresas prestadoras de servicios a los mercados externos, además de aquellas dedicadas a la producción o transformación de bienes.

2.2.2.1 Definición de Zona Franca

Las Zonas Francas en Colombia tienen el sustento legal en el artículo 6 de la Ley 7 de 1991 y en los decretos 2233 de 1996 y 727 de 1997. En el decreto 2233 de 1996 se definen como áreas geográficas del territorio nacional cuyo objeto es promover y desarrollar el proceso de industrialización de bienes y la prestación de servicios, destinados prioritariamente a los mercados externos.

2.2.2.2 Clases de Zonas Francas

A. Las Zonas Francas Industriales

Estas a su vez se dividen así:

- De bienes y servicios (Decreto 2233 de 1996). Su objetivo es promover la producción, fabricación, transformación o ensamble de bienes y la prestación de servicios destinados prioritariamente a los mercados externos.
- De servicios turísticos o turísticas (Decreto 2131 de 1991). Su objetivo es promover y desarrollar la prestación de servicios de la actividad turística, destinados a los extranjeros y colombianos residentes en el exterior y de manera subsidiaria a los turistas nacionales. Las actividades turísticas son, entre otras, la prestación de servicios de alojamiento, agencias de viajes, restaurantes, organización de congresos, servicios de transporte, actividades deportivas, artísticas, culturales y recreacionales.
- De servicios tecnológicos o tecnológicas (Decreto 2131 de 1991). Su objetivo es promover y desarrollar como mínimo 10 empresas de base tecnológica, cuya producción se destine a mercados externos y de manera subsidiaria al mercado nacional.

2.2.2.3 Funcionamiento

Usuarios. En el caso de las zonas francas industriales, los usuarios son:

- *Operador.* Persona jurídica que se constituye con el objeto de dirigir, administrar, operar y promover la zona franca; su operación es autorizada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- *De bienes.* Persona jurídica que se constituye exclusivamente para producir, fabricar, transformar o ensamblar bienes en una zona franca y destinarlos prioritariamente a los mercados externos. La calificación es otorgada por el usuario. Operador.
- *De servicios.* Persona jurídica que se constituye exclusivamente para prestar servicios en una zona franca y destinarlos a los mercados externos prioritariamente. La calificación es otorgada por el usuario operador.
- *Comercial.* Persona jurídica que se constituye para prestar servicios de almacenamiento, conservación, manipulación, distribución, empaque, reempaque, clasificación o limpieza de bienes destinados a los mercados externos o al mercado nacional. La calificación es otorgada por el usuario operador.
- *Desarrollador.* Persona jurídica que adelanta las obras de urbanización construcción e infraestructura de servicios y edificaciones; no es considerado un usuario en las zonas francas industriales de bienes y servicios.

También pueden ubicarse, sin los beneficios que otorga el régimen franco, empresas de servicios de apoyo como restaurantes, cafeterías, hoteles, servicios de vigilancia, de aseo y mantenimiento, de salud, guarderías y de transporte.

Cuando se trata de obtener la autorización para que un área sea declarada como zona

franca industrial y una sociedad sea seleccionada como usuario operador, el paso para seguir es mediante el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo al usuario operador cuando se trata de obtener la autorización para una empresa de instalarse en una zona franca industrial.

Operaciones: Las operaciones básicas que pueden realizarse en las zonas francas industriales de bienes y servicios son:

Ingreso

a. Desde el resto del mundo. Cuando la mercancía que ingresa en la zona franca proviene del resto del mundo o de otra zona franca colombiana, se considera una introducción y no una importación. La operación es autorizada por el usuario operador a través del formulario de movimiento de mercancías.

b. Del resto del territorio nacional. Cuando la mercancía que ingresa en la zona franca proviene del resto del territorio nacional, se considera una exportación de Colombia, la cual debe cumplir todos los trámites establecidos para el efecto por la legislación aduanera.

Salida

a. Al resto del mundo. Cuando una mercancía sale de una zona franca al resto del mundo o a otra zona franca colombiana, la operación se considera una salida y no una exportación. Dicho movimiento es autorizado por el usuario operador a través del formulario de movimiento de mercancías.

b. Al resto del territorio aduanero nacional. Cuando una mercancía sale de una zona franca al resto del territorio nacional, la operación es considerada como una importación de Colombia y una exportación de zona franca que debe cumplir todos los trámites establecidos para el efecto por la legislación aduanera.

2.2.2.4 Beneficios.

Las zonas francas industriales reciben los siguientes beneficios:

a. Tributarios

§ *Impuesto de renta y complementarios:* los usuarios industriales de bienes y servicios están exentos del pago del impuesto de renta y complementarios sobre la parte proporcional de los ingresos obtenidos por sus ventas a mercados externos. De igual manera, los usuarios operadores gozarán de esta exención sobre los ingresos obtenidos en las actividades autorizadas dentro de la zona franca.

§ *Remesas:* no se aplica el impuesto de remesas a los ingresos obtenidos en las actividades industriales realizadas en zonas francas, por los usuarios de los mismos.

§ *Retención en la fuente:* los pagos, abonos en cuenta y transferencias al exterior por concepto de intereses y servicios técnicos que efectúen los usuarios industriales de zonas francas, no están sometidos a retención en la fuente, ni causan impuesto de renta y remesas.

b. De comercio exterior

El ingreso de mercancías en las zonas francas desde el resto del mundo no constituye importación y sólo requerirá la autorización del usuario operador o administrador.

El ingreso de mercancías desde el territorio nacional a las zonas francas constituye una exportación, y goza de los mismos beneficios que se otorgan a las destinadas al resto del

mundo.

c. Aduaneros

Exención o diferimiento del pago de los tributos aduaneros.

d. Cambiarios

Los usuarios industriales de bienes instalados dentro del perímetro de las zonas francas industriales no estarán obligados a reintegrar al mercado cambiario las divisas que obtengan por exportaciones u otras operaciones de cambio.

No obstante, estas empresas podrán canalizar a través del mercado cambiario las divisas que requieran para atender sus gastos en moneda legal colombiana o extranjera.

Los usuarios instalados dentro del perímetro de las zonas francas industriales de bienes podrán obtener financiación de parte de sus proveedores, de los intermediarios del mercado cambiario y de entidades financieras del exterior, para comprar mercancías, sin la obligación de constituir el depósito que trata el artículo 30 de la Resolución 21 de 1993.

Facilitación de operaciones de cambio, importación/exportación; es decir, libertad de posesión y negociación de las divisas y apertura de cuentas corrientes en monedas extranjeras, para la utilización en operaciones de comercio exterior. Éstas deben registrarse como cuentas de compensación en el Banco de la República, y todo movimiento de cada operación debe notificarse al banco.

e. Crediticios y financieros

Acceso a los créditos regulares de las entidades financieras y a las líneas especiales de Bancoldex. Las entidades financieras vigiladas por la Superintendencia Bancaria, con excepción de almacenes generales de depósito, podrán vincularse a las zonas francas industriales de bienes y servicios como sucursal o agencia de una institución financiera sin régimen franco.

Bancoldex, para preembarque y posembarque e inversión en tecnología, ofrece

financiación frente a las necesidades de capital de trabajo, para la consolidación de pasivos y la creación, adquisición o capitalización de empresas domiciliadas en Colombia o en el exterior con vinculación a empresas colombianas. Además financia para activos fijos e inversión diferida para proyectos de exportación de bienes y servicios, entre otras.

f. Otros

§ Ubicación geográfica estratégica cerca de puertos, aeropuertos o vías terrestres.

§ Utilización de una infraestructura desarrollada: bodegas, patios, vías, zonas verdes.

§ Utilización de servicios complementarios: seguridad, telecomunicaciones, centro de salud, guardería, cafetería y transporte para empleados, etc.

§ Promoción conjunta de las empresas instaladas en la zona franca.

§ Depósito previo de mercancías.

§ Nacionalización parcial de mercancías.

§ Impuestos indirectos, con excepción de IVA.

En la actualidad, en el país existen doce (12) zonas francas industriales de bienes y servicios: Cartagena y La Candelaria, en Cartagena; Palmaseca y Pacífico, en Cali; Barranquilla, Santa Marta, Cúcuta, Rionegro, Bogotá, Quindío, Ciudadela Salud y Arauca.

En cuanto a Zonas Francas de Servicios Turísticos existen cuatro autorizadas: Barú, Tierra Caribe en Cartagena, Pozos Colorados en Santa Marta y el Centro Turístico Internacional, el Candil en el Tolima.

B. Zonas Francas Transitorias de Carácter Comercial

Estas son muy importantes para la promoción y comercialización de productos y atracción de Inversión extranjera, ejemplo de ellas se dan en CORFERIAS en Bogotá.

2.2.3 Sociedades de comercialización internacional

El papel de las comercializadoras internacionales (CI) es fundamental en el proceso de exportación e internacionalización de las pymes y de la economía colombiana. Por definición, las comercializadoras son sociedades conformadas para ofrecer un portafolio de productos o de oferta exportable de pymes colombianas que por diferentes razones no pueden acceder de forma directa a los mercados internacionales; por eso las CI se constituyen en un gran soporte para poner esos productos en mercados tan exigentes como los de Europa, Estados Unidos, Japón, la CAN o Centroamérica. Las CI tienen como segundo objetivo importar insumos, materias primas para abastecer los mercados internos o para la elaboración de los bienes que posteriormente serán exportados. Las normas generales que regulan la actividad de las CI están contempladas en la Ley 67 de 1979 y los decretos 221 de 1991, 1728 de 1992 y Resolución 1448 de 1994.

Los empresarios interesados en constituirse como CI deben cumplir lo siguiente:

- Inscribirse en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, cuyo objeto primordial es la comercialización de bienes y servicios de productos colombianos en los mercados internacionales. Esta solicitud debe hacerse por escrito a la Dirección General para el Desarrollo del Intercambio de ese Ministerio, incluyendo información general sobre la CI (su razón social, tipo y clase de sociedad, NIT, dirección, etc.).
- Declarar el origen del capital (porcentaje nacional y/o extranjero).
- Declarar la composición del capital social (nombre y participación de cada uno de los socios).
- Dar el nombre del representante legal.

- Relacionar el portafolio de productos con los cuales iniciará la comercialización; si van a ser producidos por la CI o comercializadora.
- Dar a conocer los canales de distribución y logística comercial internacional que va a utilizarse.
- La información anterior debe estar acompañada de la escritura de constitución de la CI, el certificado de constitución y gerencia de la Cámara de Comercio, y el permiso de funcionamiento de la Superintendencia de sociedades, cuando el caso lo requiera.
- Adquirir compromisos que las faculte para fabricar o comercializar productos colombianos en los mercados externos, ya que una vez que la mercancía se adquiera, tendrá seis meses para efectuar la exportación.

2.2.3.1 Beneficios de las Sociedades de Comercialización Internacional

- La financiación por parte de Bancoldex de todas aquellas actividades que estén relacionadas con la actividad de exportación.
- El Derecho a CERT por exportaciones.
- Cuando se traten de importar los insumos para la complementación de la producción, las CI podrán acogerse al sistema de importación y exportación, llamado Plan Vallejo.
- La realización de actividades en conjunto con las empresas establecidas en las zonas francas.
- Exención del IVA y de la retención en la Fuente.

En Colombia, las *pymes* ven a las CI como un eslabón que encarece sus productos en los mercados internacionales. Si bien esta afirmación puede ser cierta, las CI también son una cadena de soporte en el cual se complementan para poder ser competitivos en el ámbito internacional. En muchas oportunidades, difícilmente se puede competir solo o de forma aislada, máxime cuando una pyme no tiene los suficientes recursos para consolidar una oferta exportable sostenible en el mediano y largo plazo, no posee los recursos para la inversión en viajes, ferias y misiones de viajes de negocios internacionales en los registros de marca. Aquí, las CI con las pymes pueden lograr hacer una excelente llave para ingresar de forma competitiva y sostenible en los mercados internacionales, con precios atractivos, calidad internacional, una marca registrada, etc.

En los países de Asia (en especial Hong Kong, Japón, Singapur, y Taiwan y Corea) y en la Unión Europea, se nota cómo muchas de las pymes han ingresado en los mercados internacionales apoyadas en las CI, en los *broker* y en los *trading*. Podrían enumerarse diversos ejemplos de empresas de Estados Unidos, Alemania, Países Bajos, Hong Kong, Corea, Taiwan que, en ocasiones, consideran más competitivo comprarle a una CI, a un *broker* o a un *trading* que al mismo fabricante, por diversas razones: la consolidación de oferta exportable, manejo logístico, manejo de la distribución física internacional, la logística comercial internacional, economías de escala y flexibles, distribución y logística comercial. Así, las CI se presentan como una gran alternativa para ingresar en los mercados externos inicialmente a unos costos muy competitivos y que pueden constituirse en un gran aliado para las pymes que aún no tiene mucha experiencia en los negocios internacionales.

2.2.4 Líneas especiales de créditos con bancoldex

BANCOLDEX, es un banco de redescuento especializado en comercio exterior, el cual ofrece productos y servicios financieros a las empresas que forman parte de la cadena exportadora de bienes y servicios colombianos. Esta entidad les ofrece a los empresarios colombianos un esquema de financiación integral, que permite atender todas las necesidades en las diferentes etapas de la cadena de producción y comercialización de los bienes y servicios de exportación. El Banco presta sus recursos mediante operaciones de redescuento, a través de los intermediarios financieros previamente autorizados.

Así mismo las solicitudes de crédito se deben tramitar a través de estos bancos nacionales, corporaciones financieras, compañías de financiamiento comercial, y bancos del exterior.

El Banco de Comercio Exterior de Colombia BANCOLDEx - es una entidad de economía mixta vinculada al Ministerio de Comercio Exterior, creada con el Decreto 2505 de 1991, cuya misión es contribuir significativamente a la expansión sostenida y a la creciente competitividad de las exportaciones Colombianas mediante la oferta y prestación de servicios que satisfagan las necesidades de financiación de los sectores vinculados al proceso exportador.

Las líneas de crédito ofrecidas por BANCOLDEx son:

- Capital de Trabajo
- Inversión fija
- PYMES

- Consolidación de pasivos
- Leasing
- Creación, capitalización y adquisición de empresas
- Proyectos De Infraestructura de Transporte
- Post- Embarque Comprador
- Liquidex Dólares
- Liquidex Pesos

2.2.5 Las zonas económicas especiales de exportación (ZEEE)

Con la finalidad de generar divisas, atraer al país nuevas tecnologías en la producción de bienes y servicios para exportación, que pueden aplicarse para el resto de actividades productivas, crear polos de desarrollo, incentivar el crecimiento y el desarrollo socioeconómico del país y las regiones, y debido a la necesidad de reactivar las actividades económicas y de reducir las elevadas tasas de desempleo, representa una oportunidad propicia para ensayar modelos que en otros países ya se han probado y se ha comprobado que sí aportan al crecimiento y desarrollo del país. En los países asiáticos, en especial China y Taiwán, las ZEEE han encontrado una gran salida y crecimiento sostenidos de sus exportaciones, y han logrado así mejor posición internacional de competitividad de sus economías en un ámbito cada vez más globalizado. La vigencia del régimen especial de dichas zonas es por un período mínimo de 25 años, que se renovará mientras estas zonas cumplan el objetivo para el cual se crearon. El régimen especial (beneficios y obligaciones) se aplica a personas (naturales o jurídicas productivas que ejerzan su actividad acorde con los objetivos de la zona, durante un plazo mínimo de cinco (5) años.

Las zonas especiales son lugares seleccionados de acuerdo con su situación geográfica,

sus recursos, sus ventajas comparativas y competitivas, aunque no necesariamente por la infraestructura, régimen especial, lo cual da como resultado las ZEEE como espacios geográficos en los cuales los empresarios e inversionistas pueden optar por el régimen de inversión extranjera que otorgan las condiciones especiales que favorecen la concurrencia de capital privado y extranjero y cuya finalidad es atraer inversiones y fortalecer la región, la zona, crear polos de desarrollo y, por ende, fortalecer los procesos de producción exportable, que permitirán generar divisas mediante la venta de bienes o servicios nacionales en el exterior.

Por ejemplo, iniciado el proceso de apertura en China, en agosto de 1980, se promulgó la Ley de Creación de Zonas Económicas Especiales de Exportación (ZEEE) por el cual se abren cuatro zonas, tres frente a Hong Kong, en la provincia de Guangdong (Shenzhen, Zhuhai y Shantou) y una frente a Taiwan, en la provincia de Fujian (Xiamen). Poco después se añade la isla de Hainan, en el sur. También en 1984 se declaran 14 ciudades costeras abiertas al exterior. Estas son, de norte a sur: Dalian, Qinhuangdao, Tianjin, Yantai, Qingdao, Lianyungang, Nantong, Shanghai, Ningbo, Wenzhou, Fuzhou, Guangzhou (llamada antes Cantón), Zhanjiang y Behai.

Aparte de las ZEEE, y de las ciudades costeras abiertas al exterior, el gobierno chino estableció después algunos lugares como zonas libres de derechos aduaneros, y también desde 1992 las ciudades fronterizas abiertas. Estas últimas, a diferencia de las tres primeras, incluyen ciudades que no necesariamente son costeras.

Es importante notar el desarrollo en la década de los años 90 de la zona de Pudong, una isla de 540 km², en la desembocadura del río Yangtze, en Shanghai, que está destinado a convertirse en el centro financiero de China y de Asia. El desarrollo de esta zona es impresionante, pues en 1990 era prácticamente una zona de cultivo y hoy alberga edificios imponentes, con la Bolsa de Valores de Shanghai, oficinas de importantes

bancos del exterior y compañías extranjeras.

2.2.5.1 Objetivos y beneficios de las ZEEE.

Las ZEEE tienen dos objetivos principales y, a través de ellos, el logro de numerosos beneficios.

Los objetivos principales de las ZEEE, los define el artículo 4, numeral 16, de la Ley 508 de 1999: “Atraer inversiones y fortalecer el proceso de exportación nacional”. Ambos objetivos son cuantificables y están relacionados entre sí, en una “finalidad única”, hasta el punto que no pueden ser separados el uno del otro. En ese sentido se puede hablar de un objetivo principal de las ZEEE: generar divisas a través de la venta de bienes y servicios en los mercados internacionales. Para evitar la especulación, la ley ha fijado que no podrán gozar del régimen de ZEEE los rentistas, consumidores o trabajadores, dentro de la zona, que no estén vinculados a las actividades propias de la misma.

2.2.5.2 Contratación laboral en las ZEEE.

Para todos los efectos legales, los trabajadores vinculados a las actividades propias de la ZEEE serán considerados trabajadores independientes. En consecuencia, deberán cumplir las normas aplicables en Colombia al trabajador independiente, en relación con afiliación y contribución al sistema de seguridad social. Lo anterior no impide que los trabajadores puedan vincularse con Empresas Asociativas de Trabajo (EAT).

Habrà libre contratación laboral acordada mediante contrato escrito de trabajo. Las condiciones serán convenidas por el contratante (empresa) y el contratista trabajador o EAT), en cuanto a plazo o término, número de horas y tareas. Podrá haber contratación por horas, por tarea o a destajo.

La remuneración será el resultado de la negociación entre empresario y trabajador y podrá ser integral sin consideración al monto de la misma, pero no podrá ser inferior al equivalente del salario mínimo legal ajustado en el 35%.

No habrá distinción legal alguna, en la remuneración de horas diurnas o nocturnas, salvo lo acordado entre las partes. Los dominicales y festivos se remunerarán con el 50% adicional a lo pactado en el contrato de trabajo.

Se eliminan las contribuciones parafiscales de las empresas, con destino a cajas de compensación, Sena e ICBF.

Los riesgos profesionales de los trabajadores deberán ser cubiertos por las empresas, directamente o a través de una póliza de seguros que cubra tales riesgos; los contratos laborales cuya duración exceda los seis meses, podrán ser terminados por cualquiera de las partes mediante comunicación escrita hecha con 30 días de anticipación, sin que haya lugar a indemnización. Si no se cumple esa condición habrá derecho a indemnización en los términos previstos en la ley colombiana.

2.2.5.3 Régimen cambiario en las ZEEE.

Dentro de las ZEEE habrá libre convertibilidad, posesión, negociación y circulación de toda clase de divisas.

Las personas productivas, naturales o jurídicas, vinculadas a las actividades de la ZEEE, podrán hacer depósitos y/o abrir cuentas corrientes y de ahorros en cualquier clase de moneda, en bancos nacionales o del exterior establecidos en la zona.

Los bancos establecidos en la ZEEE podrán hacer préstamos en cualquier clase de moneda, siempre y cuando vayan destinados a las actividades propias de la ZEEE.

2.2.5.4 Inversión extranjera en las ZEEE.

No habrá restricción alguna a la inversión extranjera en la ZEEE distinta a la obligación de destinar los recursos al cumplimiento de los objetivos de la zona, en forma directa o indirecta, tal como se establecerá en los contratos de admisión.

Las empresas o personas productivas extranjeras podrán repatriar libremente sus capitales y/o hacer el giro de utilidades o regalías al exterior, con el único requisito de haber cumplido las condiciones establecidas en el contrato de admisión a la ZEEE. Las empresas a las que se aplica el régimen especial no tendrán obligación de reintegrar las divisas generadas en desarrollo de sus actividades de exportación o por concepto de utilidades, salvo en la proporción equivalente a la participación que en ellas tenga el capital nacional.

Las divisas generadas en la exportación de bienes y servicios producidos en el territorio nacional, por fuera de la ZEEE, que se exporten a través de empresas instaladas en la zona, deberán ser reintegradas al Banco de la República.

2.2.5.5 Operaciones monetarias y financieras en las ZEEE.

Las empresas y personas productivas de las ZEEE tendrán acceso a los créditos de entidades financieras del país, en las mismas condiciones establecidas para las empresas nacionales.

Los bancos y entidades financieras que se establezcan en la ZEEE no tendrán restricciones en relación con su posición propia, si se utiliza únicamente para prestar soporte financiero a las actividades productivas propias de la ZEEE. En relación con las condiciones patrimoniales y de solvencia financiera, estarán sujetos a las normas

colombianas y a la vigilancia de la Superintendencia Bancaria.

No habrá restricciones al endeudamiento externo de las empresas y de las personas productivas, siempre y cuando esté destinado a las actividades propias de la ZEEE, y hayan suscrito el contrato de admisión.

2.2.5.6 .Régimen aduanero y de comercio exterior en las ZEEE.

Los bienes y servicios extranjeros, materias primas, bienes de capital o intermedios que se introduzcan en las ZEEE, con destino a las actividades productivas que les son propias, no pagarán ningún impuesto ni derechos aduaneros. Los bienes nacionales destinados a las ZEEE, para el cumplimiento de sus funciones, se considerarán como exportaciones y, por tanto, se les aplicarán las normas que rigen para las exportaciones colombianas, especialmente en materia de devolución de impuestos. Igual régimen se aplicará a los bienes producidos en territorio colombiano, que ingresen en las ZEEE para ser reexportados al exterior por empresas (comercializadoras, por ejemplo) que gozan de los beneficios del régimen especial.

Los bienes y servicios producidos en las ZEEE, en cumplimiento de sus funciones, se beneficiarán de los acuerdos y convenios suscritos por Colombia con otros países.

Los bienes producidos en las ZEEE podrán entrar en el país sometiéndose a las normas y requisitos vigentes para las importaciones.

No habrá impuesto de remesas a los ingresos y utilidades generados en las actividades propias de las ZEEE. Los pagos, abonos y transferencias al exterior por concepto de intereses y servicios técnicos, requeridos por las actividades de exportación, no estarán sujetos a impuesto de remesa.

No pagarán IVA las importaciones de bienes y servicios que se hagan a las ZEEE, que sean requeridos para la producción y exportación de bienes.

Tampoco pagarán IVA las transacciones realizadas en el interior de las ZEEE vinculadas directamente con las actividades propias de la misma. Las demás transacciones, asociadas con el consumo dentro de las ZEEE, estarán sometidas a las normas tributarias vigentes en el país.

Las empresas admitidas en las ZEEE que generen más de 100 empleos directos de nacionales colombianos, tendrán derecho a rebajas en la tasa del impuesto de renta y complementarios, así: entre 100 y 200 empleos, el 10%; entre 200 y 300 empleos, el 20%; entre 300 y 500 empleos, el 40%; más de 500 empleos, 50%.

Las empresas que exporten más de US\$15 millones al año tendrán rebajas en el impuesto de renta y complementarios, así: entre US\$15 y US\$30 millones, el 10%; entre US\$30 y US\$60 millones, el 20%; entre US\$60 y US\$100 millones el 30%, entre US\$100 y US\$500 millones, el 50%; más de US\$500 millones, el 70%.

Los incentivos tributarios antes mencionados se aplicarán sobre la tarifa que le corresponda pagar a la empresa beneficiada después de haber recibido otros estímulos previstos en el presente régimen y previo el cumplimiento de los compromisos adquiridos en los contratos de admisión. En ningún caso se aplicarán a la porción de ingresos generados por exportaciones de las ZEEE al país.

Los gobiernos departamentales o municipales de las regiones donde se ubiquen las ZEEE podrán conceder estímulos tributarios adicionales sobre los impuestos que son de su competencia o recaudo.

Todo lo anterior aplica a proyectos de Inversión nacional o extranjera en actividades económicas dentro del ámbito geográfico de los municipios declarados como Zonas Especiales, los cuales son:

- Buenaventura en el Valle del Cauca
- Cúcuta en Norte de Santander
- Ipiales en Nariño
- Valledupar en el Cesar.

2.2.6. Otros planes de respaldo para proyectos de internacionalización de empresas

§ FIDUCOLDEX: Especializada en servicios fiduciarios para el sector del comercio exterior.

§ SEGURO DE CREDITO A LAS EXPORTACIONES SEGUREXPO:

Este seguro de crédito es un efectivo mecanismo de apoyo a las empresas colombianas como herramienta de protección frente al riesgo de no pago de sus ventas. Permite adicionalmente que los créditos amparados bajo la póliza, sirvan como garantía para realizar operaciones de descuento o “factoring” mejorando las condiciones de liquidez al empresario colombiano.

§ PROEXPORT: es la entidad que promueve las exportaciones colombianas, con apoyo y asesoría integral a los empresarios nacionales, en sus actividades de mercadeo internacional, mediante servicios que facilitan el diseño y ejecución de

un Plan Exportador. En cumplimiento de estos propósitos, contribuye con el desarrollo de una cultura exportadora, con énfasis en la competitividad y la productividad, de acuerdo con el Plan Estratégico Exportador del Ministerio de Comercio Exterior.

- § USUARIOS ALTAMENTE EXPORTADORES ALTEX: Con el fin de agilizar los tramites aduaneros de exportación y dar reconocimiento jurídico a las personas inscritas ante la Dirección de impuestos y aduanas nacionales.
- § COMITÉS REGIONALES DE COMERCIO EXTERIOR CARCE: Es de naturaleza departamental que sirve de interlocutor entre la región y el gobierno nacional para el desarrollo de la competitividad Sistémica.
- § PROGRAMA SEMANA DEL EXPORTADOR: Para difundir una actitud positiva hacia el comercio exterior y ayudar a identificar proyectos relacionados con el sector.
- § PROGRAMA FORMACIÓN A FORMADORES: Tiene como objetivo la vinculación del sector académico de todo el país en las actividades del comercio exterior para que los docentes se conviertan en multiplicadores de diversos temas relacionados.
- § PROGRAMA JOVENES EMPRENDEDORES EXPORTADORES: Motivar la creación de empresas exportadoras a través de los jóvenes estudiantes o recién egresados.
- § PROGRAMA DE CATEDRA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES: Introduciendo las instituciones educativas en la cultura de exportación para llegar a los estudiantes de programas profesionales formalmente.

2.3 MODALIDADES DE EXPORTACIÓN EN COLOMBIA

2.3.1 Exportación definitiva

Dentro de esta modalidad se pueden presentar los siguientes casos:

2.3.1.1 Exportación Definitiva de embarque único con datos definitivos del embarque

Es la modalidad de exportación que regula la salida de mercancías nacionales o nacionalizadas, del territorio aduanero nacional para su uso o consumo definitivo en otro país.

También se considera exportación definitiva, la salida de mercancías nacionales o nacionalizadas desde el resto del territorio aduanero nacional a una Zona Franca Industrial de sienes y Servicios.

Embarque se define como la operación de cargue en el medio de transporte de [a mercancía que va a ser exportada, previa autorización de la autoridad aduanera. Se tratará de un embarque único cuando la totalidad de las mercancías que se encuentran amparadas en el documento que acredite la operación que dio lugar a la exportación, salen del territorio aduanero nacional con un sólo documento de transporte.

2.3.1.2 Exportación Definitiva de embarque único con datos provisionales

Es la operación de cargue como embarque único de mercancías, que por su naturaleza, características físicas o químicas o circunstancias inherentes a su comercialización, no permiten que el exportador disponga de la información definitiva al momento del

embarque.

En este caso el declarante deberá presentar dentro de los tres (3) meses siguientes al embarque, a través del sistema informático aduanero, la Declaración de Exportación con datos definitivos. En casos debidamente justificados la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales podrá prorrogar, dicho plazo.

El sistema informático aduanero, validará la información incorporada y dispondrá su aceptación o la práctica de una inspección documental cuando existieren inconsistencias entre la información contenida en la Declaración de Exportación con datos definitivos que se incorpora. Del resultado de la inspección podrá derivarse la aceptación de la Declaración o el traslado de la documentación a la dependencia competente para adelantar las investigaciones pertinentes.

2.3.1.3 Exportación Definitiva de embarque fraccionado con datos definitivos o fraccionados

El embarque fraccionado es el despacho en diferentes envíos y con diferentes documentos de transporte de mercancías amparadas en el documento que acredite la operación que dio lugar a la exportación.

Cuando el declarante haya efectuado embarques fraccionados con datos definitivos con cargo a un mismo contrato, mensualmente debe á presentar a través del sistema informático aduanero la Declaración de Exportación Definitiva, consolidando ja totalidad de jas Autorizaciones de Embarque tramitadas en el respectivo período.

Cuando el declarante haya efectuado embarques fraccionados con datos provisionales, deberá presenta dentro de los tres (3) meses siguientes al primer embarque, a través del sistema informático aduanero, la Declaración de Exportación Definitiva consolidando la totalidad de las Autorizaciones de Embarque tramitadas en el respectivo período, con

datos definitivos.

2.3.2. Exportación temporal para el perfeccionamiento pasivo

Es la modalidad de exportación que regula la salida temporal de mercancías nacionales o nacionalizadas del territorio aduanero nacional, para ser sometidas a transformación, elaboración o reparación en el exterior o en una zona franca Industrial de Bienes y de Servicios, debiendo ser reimportadas dentro del plazo que se autorice para cada caso antes de su exportación.

Antes de la presentación y aceptación de la Solicitud de Autorización de Embarque a través del sistema informático aduanero, la Aduana señalará el término de permanencia de la mercancía en el exterior, de conformidad con a solicitud presentada por el exportador.

En la Declaración de Exportación temporal para perfeccionamiento pasivo se identificarán las mercancías por sus características permanentes, de manera tal que se individualicen. Tratándose de maquinarias, herramientas y vehículos, se deberán anotar también sus números de series y marcas.

2.3.2.1 Productos Compensadores

Por productos compensadores se en entienden los obtenidos en el exterior o en Zona Franca Industrial de bienes y de servicios, en el curso o como consecuencia de la elaboración, transformación o reparación de mercancías exportadas temporalmente para perfeccionamiento pasivo.

2.3.2.2 Equivalencia de Productos Compensadores

Podrán asimilarse a productos compensadores los obtenidos en el exterior o en Zona franca industrial de bienes y de Servicios, a partir de mercancías idénticas por su especie, calidad y características técnicas a las que han sido sometidas a exportación temporal para perfeccionamiento pasivo.

2.3.2.3 Documentos soporte de la declaración de exportación

Para efectos aduaneros, el declarante está obligado a conservar por un período de cinco (5) años contados a partir de la fecha de la presentación y aceptación de la Solicitud de Autorización de Embarque, el original de los siguientes documentos que deberá poner a disposición de la autoridad aduanera cuando esta así lo requiera:

- a) Documento en el que conste que la mercancía va a ser objeto de un proceso de elaboración, transformación o reparación en el exterior.
- b) Mandato, cuando actúe como declarante una Sociedad de intermediación Aduanera o un apoderado.

En la Solicitud de Autorización de Embarque, el declarante deberá suministrar a la Aduana toda la información que ésta requiera, incluyendo la contenida en lo anteriores documentos.

2.3.2.4 Terminación de la Modalidad:

La modalidad de exportación temporal terminará si dentro del plazo fijado se presenta una de las siguientes situaciones:

- a) Reimportación por perfeccionamiento pasivo.
- b) Exportación definitiva.
- c) Reimportación en el mismo estado, cuando la mercancía no pudo ser sometida al perfeccionamiento pasivo que motivó la exportación.
- d) Destrucción de la mercancía en el exterior debidamente acreditada ante la Aduana.

2.3.2.5 Cesión de Mercancías

Las mercancías que se encuentren en el exterior bajo esta modalidad de exportación podrán cederse, previo aviso a la Administración de Aduanas donde se tramitó su exportación. El cesionario será considerado para todos los efectos como exportador inicial.

2.3.3 Exportación temporal para reimportación en el mismo estado

Es la modalidad de exportación que permite la salida temporal de mercancías nacionales o nacionalizadas del territorio aduanero nacional, para atender una finalidad específica en el exterior, en un plazo determinado, durante el cual deberán ser reimportadas sin haber experimentado modificación alguna, con excepción del deterioro normal originado en el uso que de ellas se haga.

En la Autorización de Embarque y en la Declaración de Exportación temporal para reimportación en el mismo estado, se identificarán las mercancías por sus características

permanentes, de manera tal que se individualicen. Tratándose de maquinarias, herramientas y vehículos, se deberán anotar también sus números de serie y marcas.

Tratándose de los bienes que forman parte del patrimonio cultural de la Nación, la exportación temporal de los mismos, de conformidad con lo previsto en la Ley 397 de 1997, podrá autorizarse en los casos contemplados en dicha norma, por un plazo no superior a tres (3) años, debiéndose constituir una garantía bancaria o de compañía de seguros que asegure la reimportación en el mismo estado de los bienes en los términos que establezca la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales.

2.3.3.1 Documentos Soporte de la Declaración de Exportación

Para efectos aduaneros, el declarante está obligado a conservar por un período de cinco (5) años contados a partir de la fecha de presentación y aceptación de la Solicitud de Autorización de Embarque, el original de los siguientes documentos que deberá poner a disposición de la autoridad aduanera cuando esta así lo requiera:

- a) Documento que acredite el contrato que dio lugar a la exportación.

- b) Mandato cuando actúe como declarante una Sociedad de intermediación Aduanera o un apoderado.

2.3.3.2 Terminación de la Modalidad: La modalidad de exportación tempo al para reimportación en el mismo estado, terminará si dentro del plazo fijado se presenta una de las siguientes situaciones:

- a) Reimportación en el mismo estado.
- b) Exportación definitiva, o
- e) Destrucción de la mercancía debidamente acreditada ante la Aduana.

2.3.3.3 Mercancías en Consignación

Bajo la modalidad de exportación temporal para reimportación en el mismo estado podrán declararse las mercancías que salgan al exterior en consignación, cumpliendo los requisitos establecidos.

Cuando se decida dejar las mercancías exportadas en consignación definitivamente en el exterior, deberá cambiarse la modalidad de exportación de temporal a definitiva, dentro del plazo señalado por la autoridad aduanera al momento de realizarse la exportación temporal, mediante la presentación de una o varias modificaciones a la Declaración de Exportación, pudiendo declararse diversos países de destino, precios y cantidades, según las condiciones particulares de cada negociación.

Antes del vencimiento del plazo otorgado para la exportación temporal por la autoridad aduanera, podrá reimportarse la mercancía en los términos previstos en los artículos 140 y siguientes del actual Estatuto Aduanero.

2.3.4 Reexportación

Es la modalidad de exportación que regula la salida definitiva del territorio aduanero nacional, de mercancías que estuvieran sometidas a una modalidad de importación temporal o a la modalidad de transformación y ensamble.

También podrán declararse por esta modalidad los bienes de capital o sus partes, que encontrándose importados temporalmente, deban salir para ser objeto de reparación o reemplazo en el exterior o en Zona Franca Industrial de Bienes y de Servicios.

2.3.4.1 Documentos Soporte de la Declaración de Exportación

Para efectos aduaneros, el declarante está obligado a conservar por un período de cinco (5) años contados a partir de la fecha de la presentación y aceptación de la solicitud de Autorización de Embarque, el original de los siguientes documentos que deberá poner a disposición de la autoridad aduanera cuando esta así lo requiera:

a) Declaración de Importación

a) Mandato, cuando actúe como declarante una Sociedad de Intermediación Aduanera o un apoderado.

2.3.5 Reembarque

Es la modalidad de exportación que regula la salida del territorio aduanero nacional de mercancías procedentes del exterior que se encuentren en almacenamiento y respecto de las cuales no haya operado el abandono legal ni hayan sido sometidas a ninguna modalidad de importación.

No podrá autorizarse el reembarque de substancias químicas controladas por el Consejo Nacional de Estupeficientes.

La solicitud de Autorización de Embarque deberá presentarse a la Aduana a través del sistema informático aduanero, previa la constitución de una garantía bancaria o de compañía de seguros que asegure la entrega, dentro de los quince (15) días siguientes a la fecha de embarque, de una certificación expedida por el transportador donde acredite la salida de la mercancía del territorio aduanero nacional.

La garantía se constituirá por el cien por ciento (100%) del velo de los tributos aduaneros que se causarían si la mercancía se sometiera a importación ordinaria, teniendo en cuenta para el efecto su valor CIF. Si la mercancía no estuviere sometida al pago de

tributos aduaneros, la garantía se constituirá por el 10% del valor CIF de la mercancía.

2.3.6 Exportación por tráfico postal y envíos urgentes

Podrán ser objeto de exportación por esta modalidad los envíos de correspondencia, los paquetes postales y los envíos urgentes cuando su valor no supere los mil (1000) dólares americanos

2.3.7 Exportación de muestras sin valor comercial

La Declaración de Exportación de muestras sin valor comercial deberá presentarse en el formulario Declaración Simplificada de Exportación.

Se consideran muestras sin valor comercial aquellas mercancías declaradas como tales, cuyo valor FOB total no sobrepase el monto que señale la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales mediante resolución.

Las exportaciones de muestras sin valor comercial realizadas directamente por la Federación Nacional de Cafeteros o por Proexport, no estarán sujetas al monto establecido conforme al inciso anterior.

No podrán exportarse bajo la modalidad de muestras sin valor comercial los siguientes productos:

- a. Café
- b. Esmeraldas
- c. Artículos manufacturados de metales preciosos
- d. Oro y sus aleaciones
- e. Platino y metales del grupo platino
- f. Cenizas de orfebrería, residuos o desperdicios de oro
- g. Productos minerales con concentrados auríferos, plata y platino

h. Plasma humano, órganos humanos, estupefacientes y los productos cuya exportación está prohibida, tales como los bienes que forman parte del patrimonio artístico, histórico y arqueológico de la Nación.

2.3.8 Otras modalidades

- § Exportaciones temporales realizadas por viajeros
- § Exportaciones de Menajes
- § Programa especial de exportación PEX, que es la modalidad mediante la cual un residente en el exterior compra materias primas, insumos, material de empaque o envases, a un residente en Colombia, disponiendo su entrega a otro productor también residente en el territorio aduanero nacional, quien se obliga a elaborar y exportar el bien manufacturado a partir de los elementos enumerados.

2.4 ESQUEMAS Y SISTEMAS DE PREFERENCIAS PARA EL DESARROLLO DE PROYECTOS DE CONQUISTA DE NUEVOS MERCADOS

2.4.1 EI SGP³

El Sistema General de Preferencias es un programa establecido a través de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), mediante el cual los países desarrollados reducen o eliminan los impuestos arancelarios de un determinado grupo de productos provenientes de las naciones en desarrollo, como es el caso de la República Dominicana, sin exigir a cambio ninguna reciprocidad.

³ www.comisioneuropea.org.ve/es/ue/guia/pdf

El término *preferencias* indica que los productos beneficiarios poseen una ventaja sobre los productos procedentes de los demás países desarrollados. *Generalizado* significa que se concede el trato preferencia a todos los países en desarrollo por la mayoría de los países desarrollados.

El término *reciprocidad* quiere decir que los países beneficiarios no están obligados a otorgar reducciones arancelarias a los productos importados de los países que otorgan dichas preferencias.

2.4.1.1 Países otorgantes de las preferencias del SGP

El SGP actualmente consta de 16 esquemas de preferencias diferentes, aplicados *por 27* países; cada esquema es independiente, aunque con muchos elementos en común. Los países otorgantes son: Australia, Francia, Alemania, Estados Unidos, Bélgica, Finlandia, Japón, Luxemburgo, Austria, Polonia, Grecia, Suecia, Dinamarca, Italia, Nueva Zelanda, Países Bajos, Canadá, Hungría, Irlanda, Suiza, Rusia, España, Noruega, Inglaterra, Portugal y Bulgaria.

2.4.1.2 Países que reciben estos beneficios

En la actualidad todos los países en desarrollo miembros del Grupo de los 77 reciben los beneficios arancelarios en la mayoría de los esquemas. En total existen aproximadamente 138 países beneficiarios del Sistema Generalizado de Preferencias, entre ellos Colombia.

2.4.1.3 Productos elegibles

En términos generales, los esquemas preferenciales acogen a los productos de las partidas de los capítulos 25 al 99 del sistema armonizado de designación y codificación de mercancías, y las principales excepciones las constituyen los productos textiles, cueros y derivados del petróleo. En cuanto a los agrícolas, sólo se incluyen algunos productos específicos y los incluidos varían según los diferentes esquemas.

2.4.1.4 Normas de origen para aplicar en el SGP

Las normas de origen de los productos fueron adoptadas para darle una justificación al derecho que tiene el país beneficiario del sistema generalizado de preferencias. En realidad, el beneficio del SGP se reserva a aquellos productos originarios de un país en desarrollo. Para la denominación de productos originarios existen dos tipos de aplicación de las reglas de origen:

Los llamados productos totalmente originarios y los productos transformados suficientemente.

2.4.1.5 Calificación de los productos en SGP

Para aprovechar estos beneficios, el producto debe:

- Aparecer en la lista del país que otorga las preferencias.
- Proceder de un país beneficiario.
- Cumplir las normas de origen del país otorgante.
- Cumplir el requisito de transporte directo.
- Estar avalado por la presentación de un certificado de origen debidamente

diligenciado y certificado por un organismo oficial.

2.4.1.6 Productos totalmente obtenidos

Se refiere a aquellos productos que han sido completamente cultivados, extraídos del suelo o cosechados en el país beneficiario, o aquellos que hayan sido fabricados en dicho país a partir de cualquiera de esos productos.

Los referidos productos, al cumplir los requisitos antes mencionados en el país receptor de las preferencias, se consideran originarios del país beneficiario, porque han prescindido totalmente del uso de materias primas y materiales importados.

2.4.1.7 Productos suficientemente transformados

Esta denominación corresponde a los productos fabricados a partir de materias y componentes importados por el país beneficiario, es decir, que los productos han sido elaborados total o parcialmente a partir de materias, partes o componentes que han sido importados por el país receptor exportador (o que son de origen desconocido).

Estos productos satisfacen las condiciones de originalidad sólo si han sido objeto de una elaboración o transformación suficiente en el país beneficiario. Una elaboración o transformación se considera suficiente si cambia sustancialmente la naturaleza y características propias de las materias utilizadas.

El concepto de trabajo o elaboración suficiente se ha definido de diferentes maneras; no obstante, cada uno de estos conceptos es utilizado por algunos países otorgantes de las preferencias. Estos criterios se denominan criterio de elaboración y criterio de porcentaje o valor agregado.

2.4.2. ATPDEA (Ley de Preferencias Arancelarias y Erradicación de Droga)

Hace 12 años, cuando Estados Unidos aprobó la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas, ATPDEA, que daba beneficios arancelarios para 6.100 productos andinos, en Colombia se creyó que con esa decisión despegarían las exportaciones hacia ese país. La realidad demostró que las preferencias beneficiaron a las flores, un producto con dos décadas de experiencia en ese mercado, pero la mayoría de las exenciones no se aprovechó. Hoy recibimos una renovación y ampliación de las preferencias y el optimismo se acerca de nuevo a la saturación. La pregunta es si seremos capaces de convertir las mejores condiciones arancelarias en unas exportaciones hacia Estados Unidos que sean muy superiores a las actuales.

El potencial de mercado es real. Las importaciones de Estados Unidos crecen rápido en las partidas cubiertas por la expansión del ATPDEA (confecciones, calzado y manufacturas de cuero). Pero la participación de Colombia ha descendido. El mercado existe, es dinámico, y Colombia podría multiplicar su participación 10 veces sin que su presencia se notara. Hay razones para el optimismo. Los pocos resultados del primer ATPDEA se explican en que las preferencias tenían un plazo y nadie quería invertir en proyectos de exportación que perderían su ventaja. Así, sólo las flores, con un éxito exportador demostrado, podían beneficiarse. Esto hoy no es válido.

El nuevo ATPDEA también finaliza en diciembre de 2006, fecha que coincide con el inicio de la desgravación del Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA). Incluso si el ALCA no se materializa o se atrasa, Colombia debe llegar a un acuerdo de libre comercio con Estados Unidos; en 2006 este país habrá firmado acuerdos con Chile y Centroamérica. La competitividad de Colombia estaría en problemas si no toma la

iniciativa. Todos los caminos para esta década pasan por una mayor integración con Estados Unidos. Entre las salidas que se tienen está apostarle a la inversión para exportar.

Otro factor marca la diferencia. Hace 10 años, los empresarios vieron el ATPDEA como un beneficio extra, acordado por los gobiernos. Hoy lo ven como una tabla de salvación ante la dura situación. Esta vez costó trabajo y casi se pierde. Hoy muchos empresarios están comprometidos con el ATPDEA. Y éste es el momento para comenzar a exportar, con la entrada.

¿Cómo desarrollar el potencial del ATPDEA y no sólo ampliar mercado para confecciones y cueros, sino para más productos de los miles con beneficio arancelario? Es indispensable mantener el propósito nacional de los sectores público y privado alrededor de estas preferencias. El tema no puede atomizarse en la lucha individual de cada empresario y cada sector. Se debe aplicar filosofía benchmarking para aprender de México y Costa Rica, que con trabajo público y privado exploraron posibilidades, ubicaron inversionistas y aliados de negocios, y penetraron el mercado de Estados Unidos.

La estrategia de exportación a través del nuevo ATPDEA debe convertir a Colombia en plataforma de exportación hacia Estados Unidos. En la creciente integración hemisférica, el país tiene ventajas para desarrollar esta función, por su cercanía al mercado y la calidad de su producción. Los países de Asia, que perderán competitividad en el mercado de Estados Unidos a medida que avance el ALCA, querrán aprovechar esta posibilidad. Colombia también tiene la desventaja del conflicto interno. Hay que apostar a que la estrategia contra la violencia del actual gobierno funcionará. Pero no es posible esperar a que ello ocurra para tomar la iniciativa en el campo comercial.

El mecanismo de elegibilidad que maneja el gobierno de Estados Unidos para hacer efectivo el acceso a las preferencias ATPDEA puede ser detestable, pero es real. Las

decisiones que debe tomar el gobierno colombiano sobre protección de la propiedad intelectual en la industria farmacéutica son el mejor ejemplo de las disyuntivas que esperan. Aquí hay que sopesar variables muy diferentes y cualquier decisión tiene alta sensibilidad política. Colombia debe pensar su posición sobre muchos temas en sus relaciones económicas internacionales, asumir compromisos y mantenerlos en circunstancias buenas y malas. Un país que aspira a ser respetado en el concierto internacional no puede “pasar de agache” ante temas críticos. Es una parte ineludible del avance de la globalización.⁴

2.4.2.1 Productos beneficiarios

La ley beneficia la exportación a Estados Unidos, sin pagar aranceles, de unas 6.300 partidas, entre ellas nuevos productos como confecciones, productos de marroquinería, calzado, atún y relojes y sus partes, entre otros.

Entre los sectores con mayor potencial exportador bajo ATPDEA están los de confecciones y textiles y calzado y marroquinería.

La meta de Inexmoda es capacitar y entrenar en el corto plazo aproximadamente 22.000 personas de la cadena textil-confección. Antes de que termine la vigencia del ATPDEA, prevista hasta 2006, el país tendrá capacitados a por lo menos 70.000 operarios del sector textil-confección.

Aunque actualmente son cerca de 120 las empresas que exportan en forma al mercado de Estados Unidos⁵, la meta es lograr que a corto plazo por lo menos 200 estén aprovechando las nuevas ventajas otorgadas por la Ley ATPDEA.

⁴ Revista Dinero No 165, septiembre de 2002, Bogotá

⁵ Inexmoda Bogotá Noviembre 2003

2.4.2.2 Origen

Para acogerse al tratamiento preferencial de la ATPDEA, es necesario mostrar el origen del país beneficiario usando la letra “J” como un prefijo al número de subpartida arancelaria (HS) en la factura de aduana (Custom Form 7501). No exige formato “A”. La mercadería será elegida para aplicarle el tratamiento ATPDEA sólo si cumple las siguientes condiciones de origen:

- Debe ser importada directamente de Bolivia, Colombia, Ecuador o Perú hacia un territorio aduanero de Estados Unidos.
- Debe ser enteramente un cultivo, producto o manufactura de un país beneficiario. Si un producto ha sido sustancialmente transformado en un artículo de comercio nuevo, el origen de los componentes del artículo resultante debe ser de un país beneficiario.
- Debe tener, como mínimo, 35% de componentes nacionales provenientes de Bolivia, Colombia, Ecuador y/o Perú, o de países beneficiarios de la Iniciativa de la Cuenca del Caribe (CBI), Puerto Rico o las Islas Vírgenes de EE.UU. Hasta el 15% de los insumos, partes y piezas provenientes de EE.UU., califican como insumos nacionales del país exportador.

La inclusión de nuevas partidas en la ATPDEA incrementó las exportaciones comunitarias en US\$2.500 millones entre 2001 y 2004, cifra importante si se tiene en cuenta que está por encima de los US\$1.700 millones generados durante los ocho años de vigencia (1992-2000).

El incremento de la producción permitió la creación de 114.846 nuevos empleos remunerados, muy cerca del total de los generados por el incremento de las exportaciones ATPDEA, durante los ocho años referidos.

Durante 2001, Estados Unidos importó de todo el mundo confecciones por 58.000 millones de dólares. Menos del 0,6% de ellas llegó a Estados Unidos procedente de Colombia.

Las confecciones por ATPDEA constituyeron el 2% anual del total de las importaciones en el 2002 y 2003. La cuota se aumentará 0,75% cada año hasta el 5% en el quinto año. Esto significa que hay un gran potencial de crecimiento para las empresas colombianas que tienen capacidad de producir pequeños volúmenes de mercancía.

Para aprovechar ese potencial generado por las preferencias contenidas en el ATPDEA, Forsythe distingue cuatro categorías en el comercio en Estados Unidos: almacenes por departamento, almacenes de descuento por departamento, almacenes especializados y bodegas de descuento.

Estos puntos de venta no dependen sólo de las tiendas sino de los multicanales, es decir, del comercio electrónico y de la venta por catálogos. En los almacenes por departamento, que tienen capacidad para negociar grandes volúmenes y obtener descuentos de 40% por parte del productor, las pymes colombianas no tendrían mucho qué hacer.

2.4.2.3 Condiciones para preferencias andinas

Para gozar de los beneficios arancelarios contemplados en la ley de preferencias a los países andinos, excepto Venezuela, otorgada por Estados Unidos, antes conocida como ATPA y ahora como ATPDEA, los gobiernos deben comprometerse a cumplir las siguientes 12 condiciones obligatorias discrecionales. De hecho, el incumplimiento de las condiciones obligatorias dejaría sin beneficios al país.

Las normas obligatorias son las siguientes:

- § El país no puede adoptar un gobierno comunista.
- § El Pierde los beneficios si nacionaliza, expropia o impone tributos u otras obligaciones o captura la propiedad o toma el control de una empresa estadounidense.
- § Si no reconoce o no procede de buena fe frente a cualquier fallo arbitral a favor de uno o varios ciudadanos estadounidenses.
- § Si goza de una *preferencia revertida* o un tratamiento especial de otro país o bloque desarrollado que pueda afectar los intereses estadounidenses.
- § Si viola a través de una entidad gubernamental los derechos de propiedad intelectual.
- § Si no es firmante de acuerdos sobre extradición de ciudadanos estadounidenses.
- § Si no adopta medidas para el reconocimiento de derechos laborales.

Otros criterios que se tienen en cuenta para que un país pueda recibir las preferencias son:

- § El grado de compromiso demostrado con sus obligaciones ante la Organización Mundial del Comercio (OMC), así como su activa participación en las negociaciones para la conformación del ALCA u otro acuerdo de libre comercio.
- § Los niveles de protección establecidos por dichos países para los derechos de propiedad intelectual, los cuales deberán ser iguales o mayores que los niveles de protección garantizados por el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio (ADPIC).
- § La medida en que los países protegen los derechos laborales internacionalmente reconocidos.

- § El grado en que los países han avanzado en la eliminación de las peores formas de trabajo infantil.
- § La medida en que los países han cumplido los criterios de certificación antidrogas establecidos por la sección 490 de la Ley de Asistencia Exterior de 1961, para su elegibilidad como receptores de la asistencia de los Estados Unidos.
- § La aplicación, por parte de los países, de procedimientos destinados a garantizar la transparencia, la no discriminación y la libre competencia en las compras del sector público, equivalentes a los procedimientos descritos en el acuerdo sobre contratación pública de la OMC.
- § El grado en que un país haya tomado las medidas necesarias para apoyar los esfuerzos de los Estados Unidos en la lucha para combatir el terrorismo.

En Colombia se destaca el programa Expopyme, y se toma como modelo en algunos países de América Latina por la amplia cobertura lograda. Otros casos muy interesantes son el programa Creando Exportadores, de Costa Rica, y Exporta Calidad, de Perú. Todos tienen en común el enfoque integral sobre la empresa. Pero incluso uno de los más imaginativos, un servicio de videoconferencias para exportadores que se ha desarrollado con éxito en Chile, se basa en un trabajo integral con la empresa y realiza un trabajo intensivo antes de ejecutar el contacto entre productor y vendedor.

La globalización ha permitido que la información se consiga con mayor facilidad; por lo mismo, las entidades promotoras están sujetas a una presión muy grande por parte de sus clientes potenciales para demostrar que aportan un valor agregado real.

2.4.3 ALCA

El acuerdo de Libre Comercio de Las Américas (ALCA) generará una nueva dinámica económica en el hemisferio. Consolidar un mercado de 800 millones de habitantes requerirá que cada país y empresa que formen parte de él se concentren en desarrollar actividades en las cuales posea claras ventajas competitivas frente al resto de naciones; ello también implicará el traslado de actividades menos competitivas hacia otros países, es decir, hacia aquellos que posean ventajas competitivas en esas actividades. Lo anterior exige compromisos a largo plazo, cultura y conciencia de estos importantes cambios. Las naciones lograrán desempeñar un papel notable en el nuevo bloque comercial. Para lograrlo, en primer lugar no puede dejarse que el dilema de globalización versus antiglobalización desvíe la atención, dejando a un lado problemas fundamentales, como la preparación de las negociaciones del ALCA y el diseño de las estrategias requeridas para aprovechar al máximo las oportunidades que presenta este importante esquema de integración. Es claro que el proceso hemisférico del ALCA forma parte del contexto de la globalización-regionalización como hecho cierto e irreversible, derivado del desarrollo de la tendencia de integración de mercados que viene desarrollándose como corriente política, social y económica desde hace ya varias décadas. Igualmente, no ha existido hasta el momento ningún sistema económico, distinto al capitalismo, que haya producido mayor riqueza y bienestar alrededor del mundo, tanto para los países desarrollados como para aquellos que se encuentran en desarrollo. Estos últimos, en muchos casos, son quienes obtienen la mayor ganancia en procesos de integración. Es el caso de México con el NAFTA y España con la Unión Europea, para dar sólo dos ejemplos. Los resultados positivos dependen, además del proceso de liberalización, de una serie de medidas previas y concomitantes para concretar los beneficios esperados. Por ello, se debe continuar destinando recursos a generar las condiciones necesarias

para asegurar que el proceso de integración potencie el crecimiento y el desarrollo sostenible de Colombia, a través, básicamente, del aumento en la productividad y la competitividad. Una parte de esta tarea ha sido adelantada por el Gobierno nacional mediante la formulación e implementación del Plan Estratégico Exportador (PEE) 1999-2009, en conjunto con el sector privado colombiano, cuya finalidad es incrementar los niveles de exportación de bienes y servicios del país con alto valor agregado.

Con este acuerdo se pretende crear una zona de libre comercio entre 34 naciones del hemisferio occidental, contar con un mercado de 800 millones de consumidores, con un ingreso nacional bruto de más de US\$11.000 billones. El ALCA tiene el 23% de las exportaciones mundiales de servicios comerciales. En materia de flujos de inversión, las naciones del ALCA reciben el 44,9% del total de las inversiones extranjeras realizadas en el mundo. Ventajas que ofrecen los mercados potenciales como:

- § CAN: Comunidad Andina de Naciones, integrada por Colombia, Venezuela, Perú, Bolivia y Ecuador.
- § G-3: Grupo de los Tres, integrado por Colombia, México y Venezuela.
- § MERCOSUR: Mercado Común del Sur, integrado por Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay.
- § NAFTA o TLC: Tratado de Libre Comercio, integrado por Estados Unidos, Canadá y México.
- § MCCA: Mercado Común Centroamericano, integrado por Costa Rica, Nicaragua, Honduras, Guatemala y El Salvador.
- § CARICOM: Mercado del Caribe. Barbados, Colombia, Guyana, Jamaica, y Trinidad y Tobago.

- § UE: Unión Europea, integrada por: Alemania, Bélgica, Francia, Luxemburgo, Países Bajos, Gran Bretaña, Irlanda, Dinamarca, Grecia, España, Portugal, Austria, Finlandia, Italia y Suecia.
- § ASEAN: Asociación de Países del Sudeste Asiático integrado por: Vietnam, Malasia, Singapur, Laos, Myanmar.
- § ALADI: Asociación Latinoamericana de Integración. La CAN, MERCOSUR además de México y Chile.

En la actualidad se está negociando el Tratado de Libre Comercio entre Colombia, Ecuador, Perú en bloque con Estados Unidos. Es importante que cada empresario esté alerta sobre las ventajas y beneficios dependiendo del sector a que pertenezca dado que este TLC será la continuidad del la **ATPDEA** que estará hasta el 31 de Diciembre de 2006.⁶

⁶ Jorge A. Murillo, Exportar Internacionalizarse, segunda Edición Bogotá 2004.

3. DISTRIBUCION FISICA INTERNACIONAL DFI

Según la ciencia de la administración, la DFI busca integrar una serie de actividades y operaciones destinadas a ordenar, manejar y coordinar el movimiento y traslado de la carga (producto) desde la línea de producción en el país exportador hasta el punto final de utilización o consumo en el país importador, tomando como actividades y operaciones las acciones secuenciales para seguir: como primera actividad, la preparación y el arreglo de la mercadería, que incluye el embalaje, marcado, etiquetado y la unitarización; como segunda actividad, el manejo de los documentos de exportación, el DEX, factura comercial, lista de empaque, certificados de origen, visto bueno en caso de requerirse; según el medio de transporte, el documento de transporte. Como tercera actividad está el manipuleo; la siguiente actividad, el almacenamiento y el transporte nacional e internacional de la carga durante el proceso exportador partiendo desde *ex work* hasta llegar a DDP. Como quinta actividad, está la de asegurar la mercancía durante el trayecto y estadía en los puertos, aeropuertos o terminales. Como sexta actividad, está el manejo de los agentes de carga o *freight forwarder*. Como séptima actividad, está la gestión bancaria, es decir, la gestión del cobro, ya sea de la carta del crédito documentario o el giro, y por último están los agentes y la administración de la gestión de la cadena y logística comercial internacional.

Para que la distribución física genere valor agregado al gerente o persona encargada de la DFI, deberá tomar la decisión final basándose en los siguientes elementos principales para conseguir y mantener una fuerte ventaja competitiva en la entrega oportuna del producto:

1. Contrato de compraventa internacional. (Ver Modelos de contrato en Anexo 1)
2. Manejo de los Incoterms.
3. Factor de estiba de la carga y la relación peso/volumen por modo de transporte.
4. Servicios de transporte disponibles en los países involucrados.
5. Análisis comparativo de costo y tiempo.
6. Manejo de la operatividad aduanera.

Lo anterior les permite a las empresas lograr un sistema logístico bien administrado para que no se presenten situaciones que hagan imposible un flujo de productos e información que satisfagan las metas de la organización en el proceso de exportación e internacionalización.

3.1 COSTOS DE EXPORTAR

La estimación del precio de exportación es el resultado de un proceso de análisis de diferentes variables, como costos de producción, costos de distribución internacional, de promoción y comercialización en general.

3.1.1 Costo del producto

No basado en el mercado interno. Se debe considerar la cuota de los gastos generales por la empresa, costos de investigación de adaptación del producto, financieros y variables.

Distribución física internacional (de acuerdo con el Incoterm convenido): empaque para la exportación más embalaje para la exportación más transporte interno y hasta el puerto o aeropuerto de embarque más seguro interno más unitarización (consolidación) más costos en puerto o aeropuerto de embarque más costos de intermediación (de agentes)

más costos de documentación (certificados, permisos, etc.) más eventuales impuestos de exportación más transporte internacional más seguro internacional más costos de manipulación y transporte en país de destino más costos de agente en país de destino más costos administrativos y financieros de la DFI (bancarios, capital inmovilizado durante la DFI) más costos aduaneros, documentarios e impuestos en país de destino más costos financieros de la exportación (intereses sobre prefinanciación, seguro de crédito a la exportación, garantías de cumplimiento de oferta o del contrato).

3.1.2 Comercialización

Margen o sobreprecio del canal de distribución (importador, mayorista, detallista).

En cuanto a los costos de distribución física internacional, componente importante del precio final del producto, Proexport desarrolló el Software sobre Distribución Física Internacional (SDFI), que permite el análisis y cálculo minucioso de todos los eslabones de esta cadena considerando los diferentes términos de venta Internacional (Incoterms). Este software se puede consultar en al página web de proexport en el módulo DFI.

3.2 METODOLOGIA Y ANALISIS DE LA LOGISTICA Y DISTRIBUCION FISICA

Para efectos de importación-exportación, todo producto tiene un nombre genérico, comercial técnico. El nombre comercial se lo da el fabricante, lo mismo que el técnico, pero está basado en una información técnica del cual se extrae o se crea el producto final, el cual, para la operación de comercio exterior, debe tener una identificación o posición arancelaria, para efectos de saber si es peligroso o no, si está negociado dentro de un acuerdo comercial, para saber cuál será su gravamen arancelario, si está exento de IVA. Esto se realiza con el objetivo de saber qué tipo de producto (carga) se está manejando: Luego de haber definido la identificación del producto (carga), viene la identificación de la

carga para ser transportada, sus características (tipo y naturaleza) y la preparación de la misma para su desplazamiento (embalaje, marcado y unitarización). También deben tenerse en cuenta los modos de transporte y el análisis de las rutas (terminales marítimos, aéreos, terrestres, férreos o fluviales), es decir, contar con las redes existentes y las conexiones disponibles para la operación de comercio exterior. Luego se verifican los modos y las características de los vehículos, tipos de servicios, contratos y documentos en cada una de las modalidades de transporte y, finalmente, las regulaciones internacionales que los rigen. Debe analizarse el costo de la cadena DFI, revisando los costos directos (embalaje, marcado, unitarización, documentación, almacenaje, manipuleo, transporte, seguro, aduanas, bancos y agentes) y los indirectos, como administrativos e inventarios. La toma de decisión acertada en la operación de comercio exterior en la DFI utilizada, puede variar según el caso (mercado, productos, servicios). Según la experiencia pueden tomarse en cuenta los criterios básicos que son: *Los contratos internacionales*. El mero contractual global de referencia será el contrato de compraventa internacional que deberá estar perfectamente armonizado con el contrato de transporte, según el modo que se vaya a utilizar, con el contrato de seguro, conforme a los riesgos que sea aconsejable asegurar y el contrato de pago, de acuerdo con los términos y modalidad acordados (giro anticipado, carta de crédito a la vista o a término, letra). Es imperativo el conocimiento en la operación de comercio exterior tanto del que vende (exportador) como del que compra (importador). Un desconocimiento al respecto puede dar al traste con la negociación y las pérdidas pueden ser incalculables para ambas partes. Así, es clave que cada parte conozca desmenuzadamente el término Incoterms en el cual están negociando para evitar pérdidas.

3.2.1 Factor de Estiba

Dentro de la operación de comercio exterior, la relación peso volumen de la carga, los actores principales de la operación deben conocer el peso o el volumen, pues de este factor dependerá el flete, ya sea marítimo, aéreo, fluvial, terrestre o carretero por cobrar, pues en cada uno es diferente. Por ejemplo, para el aéreo es 6 m^3 , igual a 1 tonelada marítima (TM); el marítimo es 1 m^3 , igual a 1 TM; el ferroviario es 4 m^3 , igual a 1 TM y en el carretero es $2,5 \text{ m}^3$, igual a 1 TM.

Establecer criterios para la selección del medio y modo de transporte implica un gran conocimiento y experiencia sobre transporte, terminales, situación geográfica de las terminales, estado de las terminales, grado de confiabilidad de la operación, horarios, documentación en general, manejo de aduana en puerto, aeropuerto o en frontera, ya que en este punto el costo de un producto (carga) parado significa altos costos. Esto puede dejar por fuera al importador o al comercializador una vez vaya a vender o a fabricar su producto con destino al mercado local o internacional. Es allí donde el gerente del departamento de comercio exterior y logística debe hacer prevalecer los aspectos cualitativos sobre los cuantitativos en materia de negocios internacionales; es decir, la confiabilidad, la credibilidad de los actores involucrados en el negocio para lograr un justo a tiempo.

Debe tenerse mucho cuidado con el concepto de la expresión justo a tiempo, ya que muchos toman su significado en forma errónea; es decir, lo asumen como el no tener inventarios en sus bodegas para despachos o embarques a sus clientes. Se debe tomar un justo a tiempo como la integridad en la operación, que todos y cada uno de los miembros de la cadena de distribución, logística, finanzas, marketing, gerencia como actores internos y los actores externos como los bancos, transporte, agentes aduaneros y

otros estén conectados para responder oportunamente a las necesidades de los clientes o a los cambios del mercado. Por ello, las operaciones de comercio exterior en ocasiones se tornan complicadas, difíciles y muchas pequeñas y medianas empresas prefieren delegar a otra empresa (*outsourcing*). Este es uno de los factores por los cuales muchas empresas exportadoras se quedan en el primer paso de exportadores pasivos, sólo vendiendo Ex Work, FCA, FAS, FOB, CFR o CIF, para evitar tener que estar pendientes de la carga en destino. Sin embargo, este desconocimiento, a mediano y largo plazo, les puede costar su supervivencia en el mercado, ya que en un futuro el comprador extranjero puede dejar de comprar sus productos.

A continuación se describen los pasos para seguir en la operación importación-exportación de DFI y logística, cuyo reto es llevar el producto adecuado en la cantidad requerida, al lugar acordado y al menor costo posible total, para satisfacer las necesidades de los consumidores en los mercados internacionales con justo a tiempo y con una calidad total aceptada por los consumidores, que cada vez son más globales.

3.2.2 Características del embarque

3.2.2.1 Identificación del producto

Nombre del producto.

Operación de comercio exterior.

Código arancelario.

Valor agregado.

3.2.2.2 Características de la carga

Naturaleza de la carga y tipo de carga.

Peso del embarque y cubicaje.

Factor de estiba.

Embalaje y criterios de selección del embalaje.

Unitarización y marcado.

Número de contenedores.

3.2.2.3 Manejo de la carga

En términos generales, mercancía es todo aquello que se puede comprar o vender, y la carga son aquellas mercancías con relación a su traslado de un punto a otro por cualquier modo de transporte. El modo es la manera o la forma de transportar mercancías (carga), y varía dependiendo de las características de éstas. El medio es el elemento a través del cual se pueden circular con la correspondiente forma de transporte.

El manejo de la carga representa una actividad de suma importancia para el transporte marítimo y los puertos, toda vez que ésta define las características tanto de los puertos como de los buques. La eficiencia en el manejo de las mercancías implica cuidado, rapidez, seguridad y puntualidad. Por ello, es imprescindible que las personas que realicen actividades inherentes con el transporte, manejo y almacenamiento de cargas, conozcan ampliamente las propiedades y características de aquellas que van a manejar.

3.2.2.4 Principales tipos de carga

a. Carga general

Es aquella que se presenta en estado sólido, líquido o gaseoso, y que estando embalada o sin embalar, puede ser tratada como unidad.

La carga general se transporta en embalajes cuya forma, peso y dimensiones se ajustan a las características propias de ésta, y su manejo se lleva a cabo con el equipo básico del puerto.

La carga general puede clasificarse en:

- **Carga general fraccionada:** la constituye la carga embalada en cajas, cajones, bultos, sacos, barriles, bidones, fardos, etc., y que, además, forma pequeños lotes para distintos destinatarios. Casi siempre su manipulación se realiza mediante redes.
- **Carga general unitarizada:** es aquella mercancía que utiliza el mismo embalaje; puede ser uniforme o heterogénea y, al juntarse, da un aspecto de unidad. Para su manejo se utilizan sacos, bultos, cajones, cajas, etc., de tal manera que se forme un elemento unitivo, y así agilizar las maniobras. La eslinga, el *pallet*, el contenedor y la barcaza son elementos que tienen la ventaja de reunir carga fraccionada.

Los contenedores han revolucionado el transporte de carga general y dan grandes ventajas que facilitan la manipulación y la seguridad de la carga, por lo que se considera como uno de los factores que ha logrado impulsar el desarrollo de los buques y los puertos. El contenedor, cuando es adaptado a un remolque, puede colocarse directamente en el buque y sacarse de la nave al llegar a su destino, ahorrando tiempo y dinero.

Cuando diversas cargas sueltas son unitarizadas, reciben el nombre del objeto que las

une; por tal motivo en el puerto son conocidas como:

- Cargas contenerizadas: cuando se encuentran en contenedores.
- Cargas preeslingadas: porque se transportan en eslingas.
- Cargas paletizadas: cuando se manejan en paletas (*pallets*).
- Cargas en barcazas.

b. Carga a Granel

Se entiende por carga a granel aquella que no está contenida en ningún envase algún y/o se encuentran sin orden y unas encima de otras, y poseen en común un volumen, peso y tamaño determinado; esta carga se transporta de forma suelta en la bodega del buque.

Para el manejo de la carga a granel, se requieren, en la mayoría de los casos, maquinaria y equipos especiales, toda vez que ésta representa grandes volúmenes o tonelajes.

• **Granel sólido.** En esta clasificación entran los minerales, el carbón, los granos, los fertilizantes. El manejo del granel sólido se puede realizar a través de tolvas, almejas, etc.; de igual forma, este tipo de carga puede manipularse por medio de equipos succionadores y/o de bandas transportadoras.

• **Granel líquido.** Es la carga que se encuentra en estado líquido o gaseoso. Esta propiedad hace necesario que su transporte se realice a través de tuberías para carga y descarga del buque; los buques tanque transportan este tipo de mercancías y representan la mayor parte de la flota mundial de buques mercantes.

Los principales fluidos que se manejan por terminales especializadas en Colombia son el

petróleo y sus derivados, la miel y la melaza, el azufre líquido y el amoníaco.

Los gráneles tienen la ventaja de poder embarcarse y desembarcarse más rápidamente que la carga general. Sin embargo, el manejo de este tipo de mercancías tiene algunos riesgos, por ejemplo, una distribución inadecuada dentro de las bodegas del buque puede causar daños en la estructura de la nave e inestabilidad debido al peso.

c. Carga o mercancía peligrosa (Ver su simbología anexos 2 al 9)

De acuerdo con el Código Internacional de Mercancías Peligrosas (IMDG) son consideradas mercancías peligrosas todas aquellas sustancias como gas, líquidos y sólidos que se encuentren dentro de un recipiente, tanque, contenedor o vehículo que debido a sus características físicas, químicas y propiedades representan un peligro capaz de causar daños. Pueden clasificarse en nueve clases, así:

Clase 1: Explosivos

Clase 2: Gases

Clase 3: Líquidos Inflamables

Clase 4: Sólidos Inflamables

Clase 5: Sustancias Carburantes

Clase 6: Sustancias Tóxicas e infecciosas

Clase 7: Materiales radiactivos

Clase 8: Sustancias Corrosivas

Clase 9: Sustancias peligrosas.

El corrimiento de la carga conlleva a la inestabilidad. Esto quiere decir que provoca que

los balanceos normales del buque sean más cortos y a la vez más violentos, además de incomodar a las personas que van a bordo.

Como estos riesgos se han considerado desde hace tiempo, la Organización Marítima Internacional (OMI) redactó un código internacional sobre cargas peligrosas a granel de prácticas de seguridad, que es actualizado periódicamente. Dicho código manifiesta los peligros asociados con el transporte de determinados tipos de carga a granel; así mismo, explica el procedimiento que debe seguirse para el manejo de este tipo de carga.

Este tipo de carga puede causar algún daño por sí sola o por factores externos a otras cargas que se encuentren próximas a ellas.

Estas mercancías comprenden un gran número de productos químicos orgánicos e inorgánicos, materias plásticas artificiales, productos fotográficos, productos de la química agrícola y asimilados, pólvoras y explosivos, colorantes, pinturas y barnices, productos de perfumería y cosméticos, de la madera y del corcho, farmacéuticos, derivados y compuestos de todos los citados y desperdicios de los mismos.

Existe un formato elaborado por la Asociación Nacional de la Industria Química (ANIQ), cuyo objetivo es proporcionar el debido conocimiento de la mercancía de naturaleza química para su adecuado manejo durante el tiempo de tránsito.

d. Carga perecedera

Es la carga que no ha tenido ningún proceso de transformación y requiere condiciones especiales para ser conservada; en este caso la temperatura y la ventilación desempeñan un papel de suma importancia. Son las mercancías que por su condición natural pueden sufrir demérito sensible con relación a su calidad comercial y a su costo.

En cuanto al embalaje de este tipo de carga, también deberá ser apropiado el equipo de

transporte. Es necesario considerar que las bodegas o espacios en donde será almacenada la carga estén suficientemente ventilados y/o refrigerados.

Por ejemplo, las frutas, las legumbres y productos animales como pescados y moluscos y algunos otros que se comercializan cocidos y por consiguiente necesitan transporte que cuenten con equipo de refrigeración.

e. Animales en pie

En esta clasificación se incluye el transporte de animales vivos o en pie, principalmente el ganado ovino, caballar, porcino y bovino. En muchos países existen normas especiales que deben cumplirse para el transporte de animales vivos a bordo de embarcaciones.

f. Carga pesada o voluminosa

Es la mercancía cuyo peso y/o dimensiones excede a las que se manejan con equipo convencional, por lo cual deberá ser transportada en compartimentos especiales o en buques acondicionados o contruidos *ex profeso* para este tipo de carga.

g. Carga consolidada

Es la conjunción de varios lotes de mercancías dispersas para formar uno solo; a estos lotes concentrados en uno se les conoce como consolidados.

h. Carga en tránsito

Se entiende por carga en tránsito aquella mercancía que temporalmente es desembarcada y almacenada con el propósito de que nuevamente sea reembarcada en otro buque, porque requiere un trasbordo para llegar a su destino final, sin que tenga por ello que abandonar el recinto portuario.

i. Carga especial

Son las mercancías que requieren un medio de transporte especializado y, por consiguiente, un trato especial para su traslado; por ejemplo: fruta, maderas, papel, gases, algunos productos químicos y derivados del petróleo.

j. Carga Valiosa o Ad Valorem

Es aquella mercancía que tiene un valor especial, como las obras de arte, piedras y metales preciosos, títulos, acciones, bonos, etc.

Para su transporte se requiere recipientes adecuados y ubicación especial en la nave (buque o avión) que normalmente es una caja de seguridad.

3.2.2.5 Preparación de la carga.

Existen 6 pasos reconocidos plenamente para la preparación de los productos para una efectiva Distribución Física Internacional, es importante anotar que no siempre se aplican los 6 pasos, todo depende del tipo de mercancía y los requerimientos del mercado destino.

A. Unitarización: Es definir la cantidad mínima en que el producto puede ser manipulado o adquirido se reconocen dos tipos:

- **Unitarización Comercial:** Es la cantidad mínima que el consumidor final puede encontrar del producto en el canal. Así por ejemplo existen unidades, Displays, cajas, cartones.
- **Unitarización Logística:** Es la Cantidad mínima determinada para el transporte y almacenamiento para facilitar los procesos Logísticos.

B. Empaque: Es aquel que cumple con las funciones de contener, proteger, informar y

vender los productos que se han unitarizado previamente.

Existen diversas formas de empaques en igual diversidad de materiales como plásticos, maderas, vidrios, cartones, telas y otros cuyo uso tiene que ir de acuerdo a las normas Internacionales en cada uno de los mercados para cumplir con los requerimientos ambientales, pues un proyecto de conquista de nuevos mercados puede fracasar si hay inconformidades en este tema.

C. Etiquetado y Marcado: Es el conjunto de normas, marcas o símbolos pictóricos y especiales que deben colocarse al empaque y embalaje del producto para el transporte internacional de mercancías.

Respecto al marcado, existe la norma ISO, que debe seguirse estrictamente para evitar sobre costos y riesgos en el manejo de la carga. La norma establecida es la 780 de 1983 y debe tenerse en cuenta las siguientes clases de marcas: **(Ver anexo 10)**

Marcas estándar

Contienen información referente al comprador (importador), número de referencia, destino y número de sacos, de tambores, cajas, etc.

Marcas informativas

Es la información adicional que aparece en el empaque o embalaje, como peso bruto y peso neto, país de origen, puerto de entrada y dimensiones de la caja, tambor, etc.

Marcas de manipuleo

Son las instrucciones del manejo de la carga y las advertencias del grado de peligrosidad de la carga, mediante el uso de símbolos internacionales aceptados, los cuales corresponden y están establecidos en las normas ISO 780-1983 y 7000.

El marcado deberá tener la siguiente información: instrucciones sobre el producto y su manejo a través de pictogramas; nombre y dirección del remitente y el destinatario; país y

puerto de origen-destino (se debe especificar el puerto de embarque y desembarque); número de serie del despacho y número de bulto o caja dentro del lote; nombre del expedidor, en su caso; estiba máxima y cubicación.

En caso de tratarse de mercancías peligrosas, éstas deberán contar con la etiqueta correspondiente.

Las marcas deberán ser claras y legibles, indelebles, completas, suficientes y visibles; discretas sobre el contenido de los bultos o cajas.

Las etiquetas recomendadas deben tener la forma de un rombo con ángulos de 45 grados, con dimensiones mínimas de 10 cm x 10 cm, y las que lleven los contenedores, no menos de 25 cm x 25 cm. Todas estarán engomadas por el reverso y serán resistentes a la humedad, tienen una línea negra de 5 mm, adentro de la orilla y están colocadas paralelamente. Las etiquetas están divididas en dos triángulos iguales; el superior está reservado para la símbolo, y el inferior, para el texto.

Los símbolos deben ir impresos en negro para prevenir decoloramiento; los otros colores deben ser resistentes al agua. El número de la clase o división en la cual la sustancia o artículo está enlistado debe mostrarse en negro.

D. Estibado: Se conoce a la operación en caminata a proteger y organizar la mercancía ubicándola sobre una superficie plana denominada estiba.

Características del estibado

- Reglamento de la ONU para uso de maderas de países en desarrollo
- EUROPALLET en Colombia 800 x 1.200 mm transporte aéreo 1.000 x 1.200 mm transporte marítimo (**ver anexo 11**)
- Compatible con medidas contenedores
- Buena relación cúbica
- Compatible con estándares americanos 40" x 48" = 1.016 x 1.219 mm

- Compatible con estándares Europeos
- Permite el transporte multimodal.

E. Paletizar: Se conoce a aquella operación por la cual se estandariza en cantidad, altura, peso la mercancía estibada para formar pallets todos iguales. **(Ver anexo 12)**

Objetivos de paletizar

a. Aprovechamiento cúbico (Ver anexo 13)

Siempre perfectamente vertical al ras de los bordes.

La mercancía debe cubrir el 100% de la estiba para obtener el peso recomendado y una altura óptima teniendo en cuenta la densidad del producto y las contingencias de la carga y su distribución.

Para lograr el aprovechamiento de la superficie, es importante tener en cuenta el diseño y las dimensiones de los empaques

Aprovechamiento de estanterías Admisión de carga en instalaciones automáticas.

b. Reducción de deterioro

Mantener la consistencia de las cargas al apoyarse unas contra otras, logrando reducir considerablemente los daños de la mercancía.

c. Reducción de costos

Reducción de tiempo de cargue y descargue

Optimización de bodegas

Mejoramiento de administración de inventarios

Para un correcto palatizado se debe tener en cuenta la norma ISO 3394 sobre dimensiones **(ver anexo 14)**

F. Embalar: Se llama a la operación consistente en preparar la mercancía para su transporte y se determina de acuerdo al medio de transporte, condiciones de recibo, y

características de la carga. **(Ver anexos 15 y 16)**. El embalaje algunas veces es el mismo empaque y aún en el caso del producto a granel se considera como el embalaje el mismo producto.

3.2.2.6 Normas básicas internacionales para preparación de la carga en DFI

- ✓ ISO 3394 Dimensiones
- ✓ OIML R.37 Volúmenes Contenidos
- ✓ O.I.T Peso de unidades
- ✓ ISO 7000 Y 780 Simbología rotulado
- ✓ O.N.U Uso de maderas
- ✓ F.D.A. Rotulado alimentos

3.2.3 Contenedores

3.2.3.1 Definición

Un contenedor es un elemento del equipo de transporte, de carácter permanente y por lo tanto lo suficientemente fuerte para ser utilizado varias veces, especialmente diseñado para facilitar el transporte de productos por uno o varios modos de transporte suprimiendo el proceso intermedio de recargue entre los modos, provisto de dispositivos para un manipuleo rápido especialmente cuando se cambia de un modo de transporte a otro. Con el contenedor se abre la era del transporte multimodal

3.2.3.2 Funciones

- Servir como una unidad de carga para el transporte combinado, actualmente es utilizado para el transporte multimodal.
- Servir como embalaje protegiendo la carga y contribuyendo en gran medida a que el servicio puerta a puerta se realice sin altibajos.
- Facilitar el apilamiento en el lugar de origen antes de ser transportados, durante el tránsito o en el lugar de destino.
- Agilizar el manipuleo. Los contenedores facilitan el transporte de productos desde la línea de producción hasta la terminal de carga, así como su cargue y descargue en o desde los distintos vehículos de transporte.

3.2.3.3 Ventajas

- § Eliminan el manipuleo en las terminales de trasbordo ya que se maneja como una sola unidad de carga.
- § Permiten un manipuleo mas seguro, reducen las posibilidades de saqueo, de daño o pérdida.
- § Permiten obtener primas de seguro mas favorables en comparación con las que rigen para embarques de carga no unitarizada.
- § Requieren menos y en ocasiones ningún tipo de embalaje
- § Facilitan la implantación de la carta de porte directo para la documentación de carga que utiliza más de un modo de transporte.
- § Permite la consolidación de carga proveniente de diferentes consignadores destinada a distintos consignatarios.

- § Tiene tasas especiales en los fletes puesto que las conferencias navieras y a las

aerolíneas comerciales IATA ofrecen fletes preferenciales para embarques enviados en contenedores.

3.2.3.4 Inconvenientes

- § Costo: Su operación precisa de una inversión alta de capital por parte del embarcador, ya que supone la compra, leasing o arrendamiento de contenedores. Por parte de los gobiernos implica inversiones significativas en la adecuación de puertos.
- § Problemas Laborales: El manipuleo de carga contenedorizado no requiere de una utilización intensiva de mano de obra y por consiguiente se hace necesario entrenar a los estibadores para que realicen otro tipo de actividades en ISO puertos, lo cual no siempre es factible a corto plazo.
- § Diferencias en las especificaciones técnicas: la utilización de contenedores ISO estandarizados esta ampliamente difundida en todo el mundo. No obstante, los contenedores intermodales que realizan diferentes trayectos requieren que los distintos vehículos de transporte este previstos de dispositivos especiales como ranuras.
- § Desequilibrio comercial entre países en desarrollo y los desarrollados: Mientras que en los primeros la composición de los productos de exportación incluye muchos productos perecederos y factores de estiba altos como la carga granel en los segundos el flujo comercial esta compuesto en su mayoría por manufacturas y bienes de capital por lo que el número de contenedores que regresan vacíos a los países en desarrollo vienen disminuyendo rápidamente por el aumento del uso de contenedores para distintos productos.

3.2.3.5 Condiciones internacionales en el transporte de contenedores

Todos los modos de transporte prestan el servicio de transporte de contenedores.

a. House to House o door to door

Significa que el transportador se compromete a recibir el contenedor en las instalaciones del despachador y entregarlo en las del consignatario.

b. Pier to Pier (muelle a muelle)

Con esta modalidad el transportador se compromete a movilizar el contenedor desde las instalaciones del despachador hasta el muelle del puerto de destino.

c. Pier to House (muelle casa)

El transportador debe movilizar el contenedor desde el muelle del puerto de origen hasta las instalaciones del consignatario en el lugar de destino.

d. FCL Full container Load (carga completa)

Se produce cuando la carga equivale a la capacidad total, en volumen o peso del contenedor. La carga puede corresponder a un consignador único y estar destinado a solo destinatario, o ir dirigido a varios consignatarios en el país de destino.

e. LCL Less than a Container Load (carga parcial)

Son pequeñas cantidades de carga que no llegan a completar la capacidad de un contenedor. Se pueden presentar tres situaciones: Embarques que comprenden cargamentos provenientes de distintos consignadores dirigidos a distintos consignatarios; embarques de distintos consignadores dirigidos a un solo consignatario; embarques de un solo consignador dirigido a distintos consignatarios.

3.2.3.6 Principales clases de contenedores (Ver anexo 17)

3.2.4 El flete Marítimo en las Operaciones de Comercio Exterior

3.2.4.1 Aspectos generales de los fletes

Se llama flete al precio que se paga por el transporte de todas las mercancías materia de intercambio comercial, sea cual fuere el modo de transporte. El flete marítimo comprende el importe total del conocimiento de embarque; en todos los casos, salvo que se estipule lo contrario, se establecerá en dólares norteamericanos y puede estar compuesto por los siguientes rubros:

- Tarifa base (establecida por las conferencias marítimas o líneas navieras independientes).
- CAE (*Currency Adjustment Factor*): es el factor de ajuste por devaluación de alguna moneda con relación al dólar.
- BAF (*Bunker Adjustment Factor*): es el factor de ajuste de la fluctuación de los precios del combustible.
- HC (*Terminal Handling Charge*): es el recargo por manejo de carga en terminales.
- I/H (*Inland Haulage*): transporte terrestre incluido en el Conocimiento de Embarque (B/L).
- TIS (*Transshipment*): adicional por trasbordo de mercancías en el puerto de descarga.
- DOF (*Documentation Fee*): recargo por elaboración de conocimiento de embarque.

- Renta de contenedores: recargo por manejo de contenedores en terminales.
- *Collection Fee*: cargo por flete por cobrar.
- *Additional Charges*: recargos adicionales de acuerdo con las necesidades de otros servicios prestados.

De esta manera, el flete marítimo representa el costo total por transportar una mercancía de un puerto a otro, según las condiciones establecidas en el conocimiento de embarque, y en las reglas y en los niveles tarifarios acordados por las conferencias marítimas (siendo éste el caso de servicios regulares de conferencia).

En el caso de buques que prestan servicios irregulares, el flete está sujeto a la libre oferta y demanda; por tanto, depende del dinamismo del mercado, de las obligaciones y gastos a cargo del fletante, y en general de los términos que queden plasmados en el contrato. Respecto a los fletes que ofrecen las líneas de servicios regulares, el armador cuenta con que sus embarcadores son varios y no tienen, en la mayoría de los casos, poder de negociación, por lo que los fletes son fijados de manera unilateral.

Además, dentro de estos fletes, pueden encontrarse los que son establecidos por una conferencia y los determinados por las líneas independientes u *outsiders*.

A lo largo del uso de los fletes marítimos se hablará de fletes de conferencias, ya que en ambos casos la composición y reglamentación son similares, con la diferencia de que las líneas independientes pueden ofrecer niveles más bajos.

Se pueden destacar dos tipos de fletes marítimos: el flete por tonelada de peso, tonelada métrica o unidad de mercancía para los buques de línea regular, y el flete por lote o tonelada de peso, para los buques fletados a plazos.

En los servicios regulares de transporte marítimo internacional de carga, existen diversas

modalidades para pactar las operaciones derivadas del intercambio comercial entre los proveedores de los servicios de transporte marítimo y los usuarios de los servicios, así como entre los vendedores y compradores. Actualmente los más usuales son bajo los términos de servicio de línea (*Liner Terms*) y los términos comerciales internacionales (*Incoterms1990*).

Liner Terms. Se entiende por fletes en servicio de línea, los fletes para mercancías colocadas bajo y al alcance del gancho de carga del barco, cubriendo su carga y estiba a bordo, su transportación del puerto de carga al destino y la descarga en el mismo, hasta el alcance del gancho de carga/descarga.

3.2.4.2 Modalidades en la contratación de fletes marítimos

- Free in/F.I. (libre dentro... franco dentro): implica que los gastos correspondientes a la operación de carga no están incluidos en el flete y correrán por cuenta de la mercadería. Se incluyen los gastos de estiba y descarga.
- Free in and out/F.I.O. (libre dentro y fuera...): también para cargas a granel, implica que el flete cotizado no incluye los gastos de las operaciones de carga y descarga, pero sí los de estiba.
- Free in and out and stowed and trimmed/F.I.O.S.T. (libre dentro, libre de estiba, trimado y puesto fuera del buque): lo mismo que el anterior, pero excluye el gasto de paleo del grano por cuenta del transportista que queda a cargo de la mercadería.
- Lashed Secured: además de lo indicado en la condición anterior, el gasto de trabar y asegurar la carga (trincar) debe correr por cuenta de la mercadería.

- Free in and out and stowed F.I.O.S. (libre dentro y fuera, libre de estiba): el flete cotizado no incluye los gastos de las operaciones de carga, descarga y estiba.
- Liner terms or berth terms (términos de línea o de muelle): en términos de línea o de muelle, implica que las operaciones de carga, estiba, desestiba y descarga están cotizadas dentro del flete. Se excluye el costo de las operaciones previas al gancho en la carga y posteriores a éste en la descarga.
- Free in, liner out (F.I.L.O.): los gastos de carga son por cuenta de la mercadería y los gastos de descarga por cuenta del armador o transportista.
- Liner in, free out (L.I.F.O.): los gastos de carga son por cuenta del armador o transportista y los gastos de descarga por cuenta de la mercadería.
- Free in and stowed, Liner out (F.I.S.L.O.): el flete cotizado no incluye las operaciones de carga y estiba. La descarga en condiciones de línea, es decir, por cuenta del armador.

El flete marítimo se determina en muchos casos por la oferta y la demanda; sin embargo, en la realidad su cálculo es más complejo, debido a que intervienen la especialización de los navíos y la capacidad del puerto, entre otros.

3.2.4.3 Principales Actores en el Servicio de Transporte Marítimo

- **Armador:** Es el naviero o empresa que se encarga de equipar, avituallar, aprovisionar, dotar de tripulación y mantener en estado de navegabilidad la embarcación, con el objetivo de asumir su explotación y operación.
- **Naviero:** O empresa naviera es la persona física o moral que tiene por objeto

operar y explotar una o más embarcaciones de su propiedad o bajo su posesión, aún cuando ello no constituya su actividad principal.

- **Operador:** Es la persona física o moral que, sin tener calidad de naviero o armador, celebra a nombre propio los contratos de transporte por agua, para la utilización del espacio de las embarcaciones, que él a su vez haya contratado.
- **Propietario:** Es la persona física o moral, titular del derecho real de la propiedad de una o varias embarcaciones o artefactos navales, bajo cualquier título legal.
- **Agente naviero:** Agente naviero general es la persona física o moral que actúa en nombre del naviero u operador como mandatario o comisionista mercantil, y está facultado para representar a su mandante o comitente en los contratos de transporte de mercancías y de fletamento, nombrar agente naviero consignatario de buques y realizar los demás actos de comercio que su mandante o comitente le encomiende en relación con la embarcación, en el puerto de consignación.

El agente naviero general, o a falta de éste el agente naviero consignatario de buques, estará legitimado para recibir notificaciones, aun de emplazamiento, en representación del naviero u operador, para cuyo caso el juez otorgará un término de sesenta días para contestar la demanda. El papel del agente naviero es de primordial importancia para los efectos de este trabajo.

- **Agente de carga o consolidador:** En general, estos términos se emplean como sinónimos y se refieren a las personas físicas o morales que reciben cargas de distintas empresas exportadoras, llevando a cabo consolidaciones de mercancías para su transporte, que realizan con distintos medios, entre ellos el marítimo, para lo cual expiden conocimientos de embarque a cada uno

de sus clientes.

Funciones del agente de carga:

- * Consolidar cualquier volumen de carga para transportarse.
- * Actuar como operador de transporte internacional.
- * Informar al exportador/importador de las vías o medios más rápidos y/o económicos, según la carga y el destino.
- * Cotizar, coordinar y supervisar por mandato del usuario, el medio más adecuado.
- * Realizar el despacho aduanal a cuenta del cliente.
- * Contratar seguros de transporte a cuenta del cliente.
- * Informar al cliente sobre almacenamiento y distribución de la carga.
- * Emitir y entregar documentos de transporte, como:
 - FCR: Certificado de Recepción Fiata.
 - FCT: Certificado de Transporte.
 - SDT: Declaración de Cargadores para el Transporte de Carga Peligrosa.
 - DDC: Declaración de Compromisos de Tránsito Comunitario.
 - CMR: Carta de Porte Internacional.
- **Agente aduanal:** Es la persona jurídica física autorizada por la Secretaría, mediante una patente, para promover por cuenta ajena el despacho de las mercancías, en los diferentes regímenes aduaneros previstos en esta ley.
- **Operador de transporte multimodal:** Es aquella persona que celebra un contrato de transporte multimodal internacional y actúa como principal, y asume frente al usuario la responsabilidad del cumplimiento del contrato.

3.2.5 Términos de Negociación en la logística Comercial Internacional

3.2.5.1 Definición de Incoterms: En un contrato de compraventa Internacional definen claramente las obligaciones respectivas de las partes y reduce el riesgo de complicaciones legales.

Desde la creación de los Incoterms por la CCI en 1936, estos modelos contractuales aceptados mundialmente se han actualizado con regularidad para adecuarse al desarrollo del comercio internacional. Los Incoterms 2000 toman en consideración la reciente difusión de zonas libres de aduanas, el incremento del uso de las comunicaciones electrónicas en las transacciones comerciales y los cambios en la práctica del transporte. Los Incoterms 2000 ofrecen una presentación más simple y clara de las 13 definiciones, todas ellas revisadas.

3.2.5.2 Estructura de los Incoterms

En 1990, los términos se agruparon en cuatro categorías básicamente diferentes para facilitar su comprensión, empezando con el término por el que el vendedor exclusivamente pone las mercancías a disposición del comprador en los propios locales del vendedor (el término E: EXW); seguido del grupo en el que al vendedor se le encarga que entregue las mercancías a un transportista designado por el comprador (los términos F: FCA, FAS y FOB); continuando con los términos C, según los cuales el vendedor ha de contratar el transporte, pero sin asumir el riesgo de pérdida o daño de las mercancías o de costos adicionales debidos a hechos acaecidos después de la carga y despacho (CFR, CJE, CPT y CIP); y, finalmente, los términos D, según los cuales el vendedor ha de soportar todos los gastos y riesgos necesarios para llevar las mercancías al lugar de

destino. En las operaciones de comercio exterior (exportación-importación), en el uso de los Incoterms, existen reglas de oro que deben conocerse muy bien para evitar altos costos o pérdidas económicas que para una *pyme* pueden ser muy difíciles de asumir.

En las operaciones de comercio exterior (exportación-importación), es necesario tener en cuenta que sólo deben utilizarse para el transporte marítimo los términos Incoterms FAS, FOB, DEX, DEQ.

Para todas las modalidades de transporte puede utilizarse FCA, CIP y CPT, incluyendo el marítimo, a menos que el embarque se realice por medio de un *charler party*, es decir, un contrato de fletamento.

Es imperativo especificar dónde se hará la entrega de la mercancía, es decir, el punto crítico, quién deberá encargarse de los costos de cargue, descargue. En cuanto a la cobertura del seguro, deberá especificarse el grado de cobertura, si es máxima o mínima, ya que el solo hecho de comprar CIF o CIP significa cobertura mínima.

3.2.5.3 Funciones de los Incoterms

En las operaciones de comercio internacional, de negocios internacionales, los Incoterms son fundamentales para llevar una coordinada distribución física internacional y una logística comercial internacional. Para ello es imperativo tanto el manejo como el correcto uso de los Incoterms, no en vano es importante aclarar algunas de sus funciones más importantes dentro del ámbito de las negociaciones.

Los Incoterms permiten definir con claridad y con exactitud la transferencia de los gastos.

Es decir, el exportador (vendedor) sabe hasta dónde, en qué momento y lugar deberá asumir los gastos que ocasiona su contrato de venta e incluirlos en el precio. Lo anterior permite que el importador (comprador) pueda conocer bien los gastos que debe añadir al precio cotizado para así comparar con otras cotizaciones tanto nacionales como internacionales.

Debe definirse la transmisión del riesgo. El importador (comprador) sabe con exactitud qué momento y lugar son por su propia cuenta los riesgos en que incurren las mercancías (carga) durante su transporte nacional e internacional. Los Incoterms definen el momento y lugar en el que la responsabilidad del exportador (vendedor) acaba y dónde empieza la del comprador. Este dato es de una importancia relevante para asegurar la mercancía.

También definen el lugar donde se libraré la mercancía. Los Incoterms señalan el lugar concreto donde el vendedor debe depositar la mercancía y, por consiguiente, el punto en que el comprador debe recogerla.

3.2.5.4 Clasificación de los Incoterms

a. EXW (Ex Work: En fábrica)

Significa que el vendedor realiza la entrega de la mercancía cuando la pone a disposición del comprador en su establecimiento o en otro lugar convenido (fábrica, taller, almacén, etc.) Este término no debe utilizarse cuando el comprador no pueda completar las formalidades (despacho) de exportación directa o indirectamente. En estas circunstancias, debe usarse el término FCA.

Descripción de gastos

El comprador o importador deberá ser responsable de:

- La elección del medio de transporte en la fábrica o bodega del vendedor.
- Todos los costos y riesgos inherentes a la recepción de la mercancía en los locales del vendedor.
- Los gastos de flete y traslado de la mercancía (interno e internacional).
- La contratación del seguro (tránsito interno e internacional).
- Los riesgos y expensas de aduana en el punto de embarque (agente y permisología e impuestos).
- Las maniobras de descarga, carga y estiba en el punto de embarque.
- Los gastos incurridos desde la llegada de la mercancía al puerto de destino hasta el lugar convenido (fábrica, taller o bodega del comprador).

b. FCA (*Free Carrier At*: libre transportista en...)

Significa que el vendedor entrega la mercancía, despachada a la exportación, al transportista nombrado por el comprador en el lugar convenido en el contrato de compraventa.

Incoterms 2000: si el vendedor entrega las mercancías al transportista en sus almacenes, éste debe embarcar las mercancías al medio de transporte; si se hace en cualquier otro sitio, el vendedor no tiene esta obligación.

Descripción de gastos

El vendedor deberá ser responsable de:

- Los gastos de flete y traslado de la mercancía (interno).
- La contratación del seguro de la mercancía (tránsito interno).
- Los gastos de aduana (agente y permisología e impuestos) en el punto de embarque.

El comprador deberá ser responsable de:

-La elección del medio de transporte en la fábrica o bodega del vendedor.

-Las maniobras de descarga, carga y estiba en el punto de embarque.

-Los costos de transporte (flete principal y seguro de la mercancía para el tránsito internacional).

Los gastos incurridos desde la llegada de la mercancía al puerto de destino hasta el lugar convenido (fábrica, taller o bodega del comprador).

c. FAS (*Free Alongside Ship*: libre al costado del barco...)

Significa que el vendedor realiza la entrega de la mercancía cuando se coloca al costado del buque del puerto de embarque convenido.

Incoterms 2000: la obligación del despacho aduanero de exportación pasa a ser una obligación del vendedor. Esto representa un cambio completo respecto a las versiones anteriores de los Incoterms, que exigían al comprador que organizara el despacho aduanero para la exportación.

Descripción de gastos

El vendedor deberá ser responsable de:

- Los gastos de flete y traslado de la mercancía (interno>.

- La contratación del seguro de la mercancía (tránsito interno).

- Los riesgos y expensas de aduana en el punto de embarque (agente, permisología e impuestos).

- Los gastos incurridos en las maniobras de descarga, carga y estiba en el punto de embarque, etc.

El comprador deberá ser responsable de:

- La elección del medio de transporte en la fábrica o bodega del vendedor.
- Los costos de transporte (flete principal y seguro de la mercancía para el tránsito internacional).
- Los costos y riesgos de pérdida o daño de la mercancía desde el momento de la entrega.
- Los gastos incurridos desde la llegada de la mercancía al puerto de destino hasta el lugar convenido (fábrica, taller o bodega del comprador).

d. FOB (*Free on Board*: libre a bordo...)

Significa que el vendedor cumple su obligación de entrega cuando la mercancía sobrepasa la borda del buque, en el puerto de embarque convenido.

Si las partes no han acordado estrictamente que la entrega de las mercancías se cumple, “cruzando los rieles de carga de buque” (borda del buque), debe ser usado el término FCA.

Descripción de gastos

El vendedor deberá ser responsable de:

- Los gastos de flete y traslado de la mercancía (interno).
- La contratación del seguro de la mercancía (tránsito interno).
- Los riesgos y expensas de aduana en el punto de embarque (agente, permisología y otros impuestos).
- Las maniobras de descarga, carga y estiba en el punto de embarque.

El comprador deberá ser responsable de:

- La elección del medio de transporte en la fábrica o bodega del vendedor.
- Los costos de transporte (flete principal y seguro de la mercancía para el tránsito internacional).
- Los gastos incurridos desde la llegada de la mercancía al puerto de destino hasta el lugar convenido (fábrica, taller o bodega del comprador).

e. CFR (*Cost and Freight: costo y flete...*)

Significa que el vendedor concreta la entrega cuando la mercancía sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque convenido.

Si las partes no han acordado estrictamente que la entrega de las mercancías se cumple “cruzando los rieles de carga de buque” (borda de buque), deben usarse los términos CPT o CIP.

Descripción de gastos

El vendedor deberá ser responsable de:

- La elección del medio de transporte en la fábrica o bodega del vendedor.
- Los gastos de flete y traslado de la mercancía (interno).
- La contratación del seguro de la mercancía (tránsito interno).
- Los riesgos y expensas de aduana en el punto de embarque (agente y permisología e impuestos).
- Las maniobras de descarga, carga y estiba en el punto de embarque.
- Los costos de transporte (flete principal).

El comprador deberá ser responsable de:

- La contratación y los costos del seguro de la mercancía para el tránsito internacional Los gastos incurridos desde la llegada de la mercancía al puerto de destino hasta el lugar convenido (fábrica, taller o bodega del comprador).

f. CIF (*Cost, Insurance and Freight*: costo, seguro y flete...)

Significa que el vendedor cumple su obligación de entrega cuando la mercancía sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque convenido.

Si las partes no han acordado estrictamente que la entrega de las mercancías se cumple “cruzando los rieles de carga de buque” (borda de buque), deben ser usados los términos CPT o CIP.

Descripción de gastos

El vendedor deberá ser responsable de:

- La elección del medio de transporte en la fábrica o bodega del vendedor.
- Los gastos de flete y traslado de la mercancía (interno).
- La contratación del seguro de la mercancía (tránsito interno).
- Los riesgos y expensas de aduana en el punto de embarque (agente y permisología e impuestos).
- Las maniobras de descarga, carga y estiba en el punto de embarque.
- Los costos de transporte (flete principal).
- La contratación y los costos del seguro de la mercancía por el mínimo de la cobertura y pagar la prima (tránsito internacional).

El comprador deberá ser responsable de:

- Los gastos incurridos desde la llegada de la mercancía al puerto de destino hasta el lugar convenido (fábrica, taller o bodega del comprador).

g. CPT (*Carrier Paid To: transporte pagado hasta...*)

Significa que el vendedor realiza la entrega de la mercancía cuando la pone a disposición del transportista designado por él.

Descripción de gastos

El vendedor deberá ser responsable de:

- La elección del medio de transporte en la fábrica o bodega del vendedor.
- Los gastos de flete y traslado de la mercancía (interno).
- La contratación del seguro de la mercancía (tránsito interno).
- Los riesgos y expensas de aduana en el punto de embarque (agente y permisología e impuestos).

- Las maniobras de descarga, carga y estiba en el punto de embarque.

- Los costos de transporte (flete principal).

El comprador deberá ser responsable de:

- La contratación y los costos del seguro de la mercancía para el tránsito internacional.
- Los gastos incurridos desde la llegada de la mercancía al puerto de destino hasta el lugar convenido (fábrica, taller o bodega del comprador).

h. CIP (*Carrier and Insurance Paid To: transporte y seguro pagado hasta...*)

Significa que el vendedor tiene las mismas obligaciones que bajo CPT, con el añadido de que ha de conseguir un seguro para la carga contra el riesgo, que soporta el comprador, de pérdida o daño de la mercancía durante el transporte.

Descripción de gastos

El vendedor deberá ser responsable de:

- La elección del medio de transporte en la fábrica o bodega del vendedor.
- Los gastos de flete y traslado de la mercancía (interno).

- La contratación del seguro de la mercancía (tránsito interno).
- Los riesgos y expensas de aduana en el punto de embarque (agente y permisología e impuestos).
- Las maniobras de descarga, carga y estiba en el punto de embarque.
- Los costos de transporte (flete principal).
- La contratación y los costos del seguro de la mercancía (tránsito internacional).

El comprador deberá ser responsable de:

Los gastos incurridos desde la llegada de la mercancía al puerto de destino hasta el lugar convenido (fábrica, taller o bodega del comprador).

i. DAF (*Delivery At Frontier*: entregado en la frontera...)

Significa que el vendedor ha cumplido su obligación de entrega cuando la mercancía, despachada en aduana para la exportación, en el punto y lugar convenido de la frontera, pero antes de la aduana fronteriza del país colindante.

Este término puede utilizarse indistintamente en cualquier medio de transporte, cuando los bienes deben entregarse en una frontera terrestre. Cuando la entrega deba producirse en un puerto de destino, a bordo del buque o sobre el muelle del puerto, deben usarse los términos DES o DEQ.

Descripción de gastos

El vendedor deberá ser responsable de:

- La elección del medio de transporte en la fábrica o bodega del vendedor.
- Los gastos de flete y traslado de la mercancía (interno).

- La contratación del seguro de la mercancía (tránsito interno).
- Los riesgos y expensas de aduana en el punto de embarque (agente y permisología e impuestos).

- Las maniobras de descarga, carga y estiba en el punto de embarque.
- Los costos de transporte (flete principal).

El comprador deberá ser responsable de:

- La contratación y los costos del seguro de la mercancía desde el punto de embarque (tránsito internacional).

- Los gastos incurridos desde la llegada de la mercancía al puerto de destino hasta el lugar convenido.

j. DES (*Delivery Ex Ship: entregado sobre el buque...*)

Significa que el vendedor ha cumplido su obligación de entrega cuando ha puesto la mercancía a disposición del comprador a bordo del buque, en el puerto de destino convenido, sin despacharla en la aduana para su importación.

Descripción de gastos

El vendedor deberá ser responsable de:

- La elección del medio de transporte en la fábrica o bodega del vendedor.
- Los gastos de flete y traslado de la mercancía (interno).
- La contratación del seguro de la mercancía (tránsito interno).
- Los riesgos y expensas los gastos de aduana en el punto de embarque (agente y permisología y otros impuestos).
- Las maniobras de descarga, carga y estiba en el punto de embarque.

- Los costos de transporte (flete principal).
- La contratación y los costos del seguro de la mercancía por el mínimo de la cobertura y pagar la prima (tránsito internacional).

El comprador deberá ser responsable de:

- Los gastos incurridos desde la llegada de la mercancía al puerto de destino hasta el lugar convenido (fábrica, taller o bodega del comprador).

k. DEQ (*Delivery Ex Quay*: entregado sobre el muelle...)

Significa que el vendedor ha cumplido su obligación de entrega cuando ha puesto la mercancía a disposición del comprador sobre el muelle, en el puerto de destino, despachada en la aduana para la importación.

Incoterms 2000: este término exige del comprador el despacho aduanero de la mercancía para la importación y el pago de todos los trámites, derechos, impuestos y demás cargas exigibles a la importación. Representa un cambio respecto a las versiones anteriores que ponían a cargo del vendedor el despacho aduanero para la importación.

Descripción de gastos

El vendedor deberá ser responsable de:

- La elección del medio de transporte en la fábrica o bodega del vendedor.
- Los gastos de flete y traslado de la mercancía (interno).
- La contratación del seguro de la mercancía (tránsito interno).
- Los riesgos y expensas de aduana en el punto de embarque (agente y permisos y otros impuestos si hubiere lugar).
- Las maniobras de descarga, carga y estiba en el punto de embarque.
- Los costos de transporte (flete principal).
- La contratación y los costos del seguro de la mercancía por el mínimo de la cobertura y pagar la prima (tránsito internacional).

- En el punto de destino, los costos incurridos de maniobra, carga, estiba.
- Los gastos del traslado de la mercancía hasta su destino final y el seguro de la misma por concepto de tránsito interno.

El comprador deberá ser responsable de:

Los riesgos y expensas de aduana en el punto de destino (agente, permisos e impuestos de importación).

Los gastos del traslado de la mercancía hasta su destino final y el seguro de la misma por concepto de tránsito interno.

I. DDU (*Delivered Duty Unpaid*: entregado, derechos no pagados...)

Significa que el vendedor debe entregar la mercancía en el lugar convenido del país del importador y debe soportar los gastos y riesgos inherentes hasta este punto.

Descripción de gastos

El vendedor deberá ser responsable de:

- La elección del medio de transporte en la fábrica o bodega del vendedor. Los gastos de flete y traslado de la mercancía (interno).
- La contratación del seguro de la mercancía (tránsito interno).
- Los riesgos y expensas de aduana en el punto de embarque (agente y permisología y otros impuestos).
- Las maniobras de descarga, carga y estiba en el punto de embarque. Los costos de transporte (flete principal).
- La contratación y los costos del seguro de la mercancía por el mínimo de la cobertura y pagar la prima (tránsito internacional).
- Los gastos incurridos desde la llegada de la mercancía al puerto de destino hasta el lugar convenido.

El comprador deberá ser responsable de:

- Los riesgos y expensas de aduana en el punto de destino (agente, permisología e impuestos de importación).
- Los gastos del traslado de la mercancía hasta su destino final (fábrica, taller o bodega del comprador) y el seguro de la misma por concepto de tránsito interno.

m. DDP (*Delivered Duty Paid: entregado, derechos pagados...*)

Significa que el vendedor ha cumplido su obligación de entregar la mercancía cuando haya sido puesta a disposición del comprador en el lugar convenido del país de importación, soportando todos los gastos y riesgos, además de los impuestos y gravámenes del despacho de importación.

Descripción de gastos

El vendedor deberá ser responsable de:

- La elección del medio de transporte en la fábrica o bodega del vendedor.
- Los gastos de flete y traslado de la mercancía (interno).
- La contratación del seguro de la mercancía (tránsito interno).
- Los riesgos y expensas de aduana en el punto de embarque (agente y permisología e impuestos).
- Las maniobras de descarga, carga y estiba en el punto de embarque.
- Los costos de transporte (flete principal).
- La contratación y los costos del seguro de la mercancía (tránsito internacional).

El comprador deberá ser responsable de:

- La contratación y los costos del seguro de la mercancía para el tránsito internacional.
- Los gastos incurridos desde la llegada de la mercancía al puerto de destino hasta el lugar convenido (fábrica, taller o bodega del comprador).

Debajo de cada Incoterms 2000, todas las obligaciones se relacionan con un término comercial dado y se agrupan bajo 10 títulos, con las obligaciones para el vendedor y comprador bajo cada título indicado y reflejado respecto al mismo tema.

3.2.5.5 Recomendaciones para el uso de Incoterms

- Incluir siempre la expresión “Incoterms 2000” a continuación del Incoterm. Por ejemplo, CJE Houston, TX. USA (Incoterms 2000) o CIP Aeropuerto Internacional El Dorado, Bogotá-Colombia.
- Utilizar únicamente los 13 Incoterms en *vigor* en su forma de tres letras seguido del punto o puerto de entrega convenido.
- Dar instrucciones precisas al transportista respecto al Incoterm utilizado, para asegurar que el contrato de transporte concuerde con el de compraventa.
- Los Incoterms FAS, FOB, CFR, CJE, DES y DEQ deben utilizarse exclusivamente para transporte marítimo tradicional (mercancías levantadas sobre la borda).
- Para contenedores, multimodal y carga general, utilizar los Incoterms EXW, FCA, CPT, CIP, DAF, DDU y DDP.
- Los Incoterms del grupo C (CJE, CFR, CIP y CPT) no son contratos de llegada o entrega en destino, sino que son contratos de embarque. La entrega se produce en origen, al igual que en el grupo E.
- Puede ser necesaria especificación adicional respecto a:
 - Cuándo tendrá lugar la entrega y quién debe efectuar la carga y la descarga.
 - La cobertura del seguro y su alcance geográfico y temporal.
 - Las limitaciones del transporte (contenedores refrigerados, prohibición de mercancía sobre cubierta...).

- Las cláusulas de fuerza mayor, exoneratorias o de extensión temporal, en especial si se es responsable del despacho aduanero o de la entrega en un punto situado en el interior del país.

- Consultar la publicación Incoterms 2000 de la Cámara de Comercio Internacional.

3.2.5.6 Los Incoterms y el transporte multimodal

El transporte Multimodal se define como el transporte de mercancías por más de un medio de transporte (Avión, Barco, Tren, Camión), pero bajo un solo responsable con un documento que puede ser negociable.

Como se ha tratado anteriormente sobre los Incoterms y la interrelación en las operaciones de comercio internacional, para efectuar el envío de la mercancía, negociación realizada entre el exportador, *trading*, C.I., *broker* en un contrato de compraventa, y el importador, el comprador (importador) y el vendedor (exportador), se debe establecer cómo asume cada parte el compromiso y se distribuyen las responsabilidades del transporte internacional de las mercancías objeto del contrato de negociación internacional. Hay que aclarar si el importador o exportador asume los gastos relacionados con el traslado de las mercaderías y a partir de qué punto el riesgo de daños, averías, incumplimientos o pérdidas; todo se transmite del vendedor al comprador. Para ello es fundamental el correcto uso de los Incoterms en el transporte internacional de mercancías.

En este punto deben soportarse en los Incoterms para permitir organizar la transferencia de las mercaderías. Es decir, entre el importador y exportador pueden utilizarse condiciones como: EXW (en fábrica); libre transportista (FCA); transporte pagado hasta (CPT); transporte y seguro pagados hasta (CIP); entrega en frontera (DAF'); entrega derechos no pagados (DDU) o entrega derechos pagados (DDP).

Teniendo en cuenta que la mayoría de las transacciones domésticas se originan en prácticas de menor complejidad, tradiciones y de mayor confiabilidad por ser conocedores en principio de los clientes, por ello para evitar confusiones, errores que puedan dar lugar a sobre costos en las entregas y responsabilidad, se hace imperativo el uso de los Incoterms; si analizamos las negociaciones tradicionales en el mundo, normalmente al importador le encanta comprar FOB o CIF y el exportador de igual manera le gusta también en los mismos términos, sin realizar un análisis riguroso del porqué esos dos términos son los más comunes o los más convenientes.

A continuación se encuentran relacionados y descritos los términos utilizados, y se aplican a los contratos de transporte multimodal:

a. ExWorks y FOB

Término clásico para el servicio puerta a puerta. El OTM toma la mercancía bajo su responsabilidad en punto de origen y la entrega en tiempo y forma en destino.

El servicio es por cuenta del comprador de la mercancía.

El vendedor se obliga a entregar la mercancía de acuerdo con las condiciones preestablecidas.

El vendedor coloca la mercancía en el tiempo y lugar acordado, generalmente en planta de origen. El empaque y embalaje es por cuenta del vendedor.

El comprador corre los riesgos del transporte y maniobras intermedias, de acuerdo con el contrato de transporte multimodal y es responsable de recibir la mercancía en tiempo y lugar.

b. Ex Works-CIF o CIF

Al igual que la anterior, esta modalidad se aplica a las operaciones puerta a puerta. La contratación del transporte es por cuenta del comprador.

Las obligaciones de compraventa y de empaque y embalaje son las mismas que las FOB, pero los riesgos corren por cuenta del comprador.

Requiere mayor participación del comprador, pero suele obtener mejores condiciones comerciales.

La modalidad CIF incluye el seguro por cuenta del transportista, que muchas veces es más conveniente debido a las bajas primas que implican los volúmenes que contrata.

La modalidad CIF implica que el seguro del transporte lo obtenga directamente el comprador. (Es aconsejable, cuando el comprador tiene volúmenes o condiciones especiales con la aseguradora, que ésta le ofrezca menores costos).

3.2.6 Documentos soportes para las operaciones de Comercio Internacional

3.2.6.1 Factura proforma

Documento que entrega el exportador al importador, para darle a conocer las condiciones según las cuales se llevarán a cabo las negociaciones; así mismo, es provisional y se le informa al comprador de las condiciones en las que el vendedor está dispuesto a realizar la venta, y para lo cual debe incluir la mención de proforma para diferenciarla de la factura definitiva. En términos generales, en la factura proforma debe incluirse lo siguiente:

- Descripción del producto requerido (modelo, tipo, variedad, características técnicas).
- Plazo para embarque si será único o parciales.

- Puerto de recepción o lugar de entrega de la mercancía donde será embarcada vía FAS, FOB o FCA.
- Precio en dólares, en euros, en yenes o en la divisa de negociación.
- Término Incoterms versión 2000 (W, FOB, CPT, CJP, DES, CFR, CIF, etc.).
- Documentos implícitos y explícitos para la negociación.
- Forma de pago (*con* crédito documentario irrevocable, confirmada o a la vista, con aceptación bancaria o con giro anticipado o financiado).
- Medio de transporte para utilizar (aéreo, marítimo, terrestre o multimodal).
- Tipo de empaque y embalaje.
- Número, fecha y lugar de emisión.
- Persona natural o jurídica a quien se dirige la oferta.
- Descripción de la mercancía.
- Cantidad que se cotiza.
- Puerto de embarque y de destino.
- Gastos estimados de flete y seguro cuando proceda; por ejemplo, CIP, CJF, CPT CFR o DDP.
- Plazo, fecha y lugar de entrega.
- Validez de la cotización.
- Otros (requisitos y normatividad de calidad).

La factura proforma no debe tener tachones, borrones o enmendaduras.

3.2.6.2 Factura comercial

Este documento es el resultado final de la factura proforma. Se exige para el despacho de importación en la Aduana, a la vez que puede exigirlo el banco o Cámara de Comercio. La factura comercial es expedida por el exportador y en él se detallan todas las características de la mercancía así como las condiciones definitivas de la venta:

- Aduana de salida del país de origen y puerto de entrada del país de destino.
- Nombre y dirección del exportador o del embarcador.
- Nombre y dirección del comprador importador o consignatario.
- Descripción detallada de la mercancía (nombre con el que se conoce la mercancía, el grado o la calidad, la marca, los números y los símbolos que utiliza el fabricante, relacionando cada renglón con los bultos o la lista de empaque; no debe contener descripciones numéricas, ambiguas o confusas).
- Cantidades, peso bruto, neto y medidas del embarque.
- Precio de cada mercancía enviada, especificando el tipo de moneda (el valor de la operación debe expresarse en moneda de inmediata convertibilidad, como dólares estadounidenses, euros, libras, etc., y señalar su equivalente en moneda nacional, sin incluir IVA).
- Tipo de moneda (divisa utilizada).
- Condiciones de venta (DAF, FAS, FOB, CPT, CIP, CFR, CIFo DPP), lugar, destino.
- Montos por concepto de flete, primas de seguro, comisiones y costo de embalaje para el transporte; estos ítems deben desglosarse en caso de que el cliente lo solicite o según las condiciones de venta. En el país destino, estos conceptos pueden ser parte de la base gravable para calcular los impuestos de la importación.
- Lugar y fecha de expedición. Si la factura se compone de dos o más hojas, éstas deben

numerarse consecutivamente (por ejemplo: 1/5, 2/5, etc.).

- Junto a esta factura se incluirá la lista de contenido o *packing list*, en la que se especifica el contenido de cada bulto de la expedición.

3.2.6.3 Documento de exportación o importación (DEX o DIM)

En el documento soporte para el registro de la exportación o Importación constan los datos del exportador, importador, mercancía, términos de venta, la mercancía exportada.

3.2.6.4 Certificado de origen

Se debe presentar en caso de ser requerido por el importador para aprovechar las ventajas o preferencias arancelarias o para determinar la procedencia del producto o de sus componentes. Respecto a la certificación de origen, existen diferentes formularios, dependiendo del mercado de destino. Es decir, si el producto va a ser exportado hacia los países industrializados pertenecientes al Sistema de Preferencias Generalizado (SPG), el formulario forma A es el código No. 250; SGP. Países de la Unión Europea, Europa Oriental y Japón.

Para la Unión Europea, Noruega y Suiza, su validez es de diez (10) meses, contados a partir de la fecha de su expedición. En el caso de Japón y Europa Oriental, es de un (1) año.

Código 251. ATPDEA Estados Unidos. Su validez es de seis (6) meses.

Código 252. Certificado de Origen para Exportación de Textiles a la Unión Europea. Su validez es de seis (6) meses.

Código 255. Comunidad Andina y Aladi (países de Latinoamérica). Su validez es de seis (6) meses.

Código 256. Grupo de los Tres (México). Su validez es de un (1) año.

Código 257. Panamá. Su validez es de seis (6) meses.

Código 258. Chile. Su validez es de seis (6) meses.

Código 259. Cuba. Su validez es de seis (6) meses.

Código 260. Terceros países. Su validez es de seis (6) meses.

Código 271. CARICOM. Su validez es de seis (6) meses.

3.2.6.5 Factura consular

La factura consular informa del precio y origen de la mercancía y la emite el consulado del país del comprador en el país del vendedor.

3.2.6.6 Documentos de transporte

a. Marítimo (BL)

- El *Bill of lading* (BL) es un recibo que se le da al embarcador por las mercancías entregadas. Demuestra la existencia de un contrato de transporte marítimo y otorga derechos sobre la mercancía. Los BL pueden ser:

— *BL a la orden (to the order)*: cuando un BL es a la orden, el propietario de la mercancía (el poseedor del BL) puede convertirlo en nominativo (mediante endoso), ponerlo a la orden de otra firma o dejarlo con el endoso firmado en blanco. Son los más utilizados.

— *BL al portador (to the bearer)*: el poseedor del documento es el propietario de la mercancía.

- *BL house*: cuando el BL lo emite un transitorio; es un documento no negociable, que no da derechos sobre la mercancía.

— *BL nominativo*: se extienden a nombre de una persona determinada, que podrá hacerse cargo de la mercancía, previa identificación y presentación de uno de los BL originales. No admiten endoso.

b. Guía aérea Air Way Bill (AWB)

Documento expedido por la aerolínea medio de transporte, en el cual da fe de un contrato de transporte internacional de mercancías; además, acredita que el transportador ha tomado la carga obligándose a entregarla en el lugar acordado con el importador o Freight Forwarder. Otorga título de propiedad negociable al ser presentado por el comprador o por una persona destinada. Es endosable.

Se emite en tres (3) originales, el segundo es para el consignatario y debe indicar el monto del valor, el valor del flete, la cantidad ya sea en bultos, cajas, tambores, peso neto y bruto, marcas de embalaje. Indica si el flete es prepaid (prepago en origen) o collect (al cobro en el destino).

c. Carta de porte internacional terrestre (CPTI)

Documento emitido de igual manera por el transportista, prueba la existencia de un contrato de transporte y da fe de la existencia de que el transportista ha tomado la carga obligándose a entregarla en destino o lugar acordado. Además, otorga título de propiedad negociable al ser presentado por el comprador o por una persona destinada.

Es endosable.

Normalmente se emite en originales y copias indica el monto, el flete, la cantidad, bultos, peso neto y bruto, las marcas de embalaje, etc.

Indica si el flete es *prepaid* (prepagado en origen) o *collect* (al cobro en destino).

3.2.6.7 Lista de empaque (*packing list*)

Con la lista de empaque el exportador le garantiza al importador y a la Aduana que durante el tránsito de sus mercancías se dispondrá de un documento claro que identifique el embarque completo ya que, en caso de percance, podrá hacerse, sin mayores dificultades, los reclamos correspondientes a la compañía de seguros.

En la lista se indica la cantidad exacta de los artículos que contiene cada caja, bulto, envase, y embalaje en general. En cada uno se deben anotar en forma clara y legible, los números y las marcas que lo identifiquen, los mismos que deben relacionarse en la factura, escribiéndose al lado de la descripción de cada una de las mercancías que contiene. Se debe procurar empacar junta la mercancía del mismo tipo, ya que esto simplifica la revisión de la Aduana y se evita que ésta sea más profunda.

Indica el número de bultos, forma de embalaje, pesos y dimensiones, marcas, detalle de cada bulto. Es importante en embarques de equipos de grandes dimensiones, embarques parciales y embarques aéreos. Este documento sirve para emitir el conocimiento de embarque.

3.2.6.8 Póliza de seguro

Este documento recoge las condiciones en que se aseguran las mercancías. La póliza de seguros cubre al asegurado importador por las pérdidas, averías o los daños materiales que sufran las mercancías en el tránsito del transporte nacional o internacional por cualquier medio o combinación de medios. Cuando se vende CIP, CIF, DES, DAF, DDU y DDP dicha póliza la contrata el exportador durante el transporte al destino final.

Durante el tránsito de la carga se cubren los riesgos por pérdida total o parcial y por daños materiales sufridos a causa de siniestros como incendio, explosión, hundimiento, colisión, caída de aviones, volcaduras y descarrilamiento.

En caso de querer cubrir riesgos especiales, las empresas aseguradoras realizan un análisis previo y lo efectúan por convenio expreso. Tales riesgos son: huelgas y protestas populares, guerra, robo con violencia o asalto a mano armada, desviación o cambio de ruta, trasbordo u otra variación en la ruta, así como almacenaje en exceso durante su tránsito.

Los seguros tienen vigencia desde el momento en que los bienes quedan a cargo del porteador para su transporte; continúa durante el curso normal de su viaje y termina con la descarga de los bienes en su destino final, en cuyo caso la protección es por el viaje completo. Cuando se solicita sólo por el recorrido desde el puerto marítimo o aduana terrestre de entrada en el país hasta el punto de su destino final, se considera como seguro intermedio o parcial.

3.2.6.9 Clases de certificados

a. De análisis

Documento que certifica que la naturaleza, composición, grado, etc., de la mercancía corresponde a la calidad contratada.

b. De depósito

Se exige en los casos en que la existencia de depósito previo obligue a realizarlo antes de despachar la mercancía.

c. De inspección

Indica que las mercancías han sido examinadas y encontradas conformes con la mencionada en un contrato o una proforma. Lo realizan compañías especializadas como SGS, Bureau Veritas, Lloyd's, etc. Generalmente se inspecciona el 10%, del total de la mercancía.

d. De origen

Documento que identifica las mercancías expedidas y declara expresamente dónde se fabricó la mercancía.

e. De origen del SPG (Sistema de Preferencias Generalizadas)

Documento de importación que demuestra el trato preferencial otorgado a los países en desarrollo.

f. De peso

Este documento hace constar el peso de la mercancía (neto y bruto), bulto por bulto.

g. De sanidad

Documento que certifica que la mercancía se ha examinado y se encuentra en perfectas condiciones para el consumo humano.

h. De seguro

Documento que prueba que se ha contratado el seguro de una expedición concreta.

4. CONCLUSIONES

- El éxito y sostenimiento de las empresas en los mercados Internacionales se debe básicamente a la investigación y desarrollo combinado con las fortalezas en logística de exportación y comercialización Internacional. Ejemplo de ello es la empresa PVC Gerfor S.A. que acaba de anunciar grandes Inversiones en el montaje de plantas en Guatemala y en Chile para la fabricación de tuberías y accesorios en PVC.⁷
- Las empresas lograrán competir, sobrevivir y fortalecerse a la par con compañías multinacionales siempre y cuando haya una preparación para la globalización, siendo conscientes de lo complejo del manejo de los negocios Internacionales y cada una de sus variables Iniciando por una convicción interna, seguida del conocimiento del contexto legal y por último la culminación del proceso de Internacionalización ejecutando correctamente las operaciones de Distribución física Internacional.
- Desde 1991 el estado brinda las condiciones mediante la ley marco del comercio Exterior Colombiano para que las empresas logren posicionarse y competir en los mercados de Europa y estados Unidos, esto ha dejado como consecuencia que las empresas que se han quedado estancadas localmente o que no han sabido operar Internacionalmente hayan salido golpeadas por que en nuestro medio empresas extranjeras como BIMBO en menos de un año ha cambiado hábitos de consumo, de igual forma el flujo de Inversión extranjera viene creciendo con la llegada a Colombia de cadenas como Carrefour, y próximamente WAL MART STORE que hacen

⁷ Exportar e internacionalizarse, Jorge A. Murillo Segunda Edición, Bogotá 2004.

que nuestras empresas requieran estándares más altos de calidad en cuanto al producto y a operaciones logísticas.

- La globalización hace que las compañías ofrezcan productos más competitivos, teniendo como requisito el dominio completo de pronósticos en los cambios de la demanda, tendencias del mercado, cambios tecnológicos, avances en la comercialización y distribución obligatoriamente para el mantenimiento de ventajas competitivas.
- El Directivo de negocios Internacionales o el pequeño empresario debe primero ser un estratega antes que un vendedor debido a que los mercados Internacionales son de mayor exigencia por lo tanto debe asumir tres funciones claves:

La primera es Introducir y asegurar la permanencia en los negocios Internacionales.

La segunda es dirigir las acciones de la empresa frente a los competidores, el entorno y los nuevos negocios.

La tercera es mantener una visión y misión clara a mediano y largo plazo con objetivos y metas medibles en el ámbito internacional.

BIBLIOGRAFIA

MURILLO Jorge A. Exportar e Internacionalizarse. Bogotá, 3R Editores 2004

TAGGART Y McDERMOTT. La Esencia de los negocios Internacionales.
México, PHH Prentice Hall. 1995.

CONTACTO. Soluciones Empresariales. Bogotá. Publi Legis. 2003.

GUIA PARA EXPORTAR EN COLOMBIA. Mincomex. Bogotá. 2002.

COLOMBIA: www.legis.com.co

COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES CAN: www.comunidadandina.org

DANE Colombia: www.dane.gov.co

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO OMC: www.wto.org

GLOSARIO

BENCHMARKING: Estrategia que consiste en analizar modelos que han funcionado en empresas similares o con la competencia, para asimilarlos y mejorar sus resultados.

EMBALAJE: Preparación de la mercancía para el transporte.

ESTIBA: Plataforma de diferentes materiales normalmente de madera o plástica para apoyar mercancía, proporcionándole organización y protección para mayor aprovechamiento de los espacios y agilidad en las operaciones.

FACTOR DE ESTIBA: Herramienta que relaciona las dimensiones de peso y de volumen de la carga para claridad de los fletes en los diferentes modos de transporte.

FLETE: Es el precio que se paga por el transporte de todas las mercancías materia de intercambio comercial, en cualquier modo de transporte.

INCOTERMS: Modelos contractuales reconocidos Internacionalmente para efectuar negociaciones de comercio Internacional.

JOINT VENTURE: Figura que consiste en compartir riesgos para el desarrollo de proyectos Internacionales.

LOGÍSTICA: Es el área empresarial que se ocupa de la gerencia de la cadena de abastecimiento, proporcionando el producto indicado en las cantidades, lugar, condiciones y tiempo asignado a un costo razonable con el fin de la satisfacción plena del cliente.

Anexo 1

Modelos de contratos de agencia y representación Internacional.

Español

CONTRATO hecho el día _____ de _____ de 200 _____
ENTRE _____ con domicilio comercial establecido
en _____ (de aquí en adelante denominado “el Mandante”), por un lado,
y _____ (de aquí en adelante denominado “el Agente”),
por el otro.

Por el cual se ha convenido lo siguiente:

1. El Mandante nombra al Agente, quien, como tal y desde _____ (fecha) será su único representante en _____ (de aquí en adelante denominado “la zona”) para la venta de _____ de fabricación del Mandante y todos aquellos otros bienes y mercancías (todos los cuales se denominarán de aquí en adelante “los productos”), según convenga más adelante entre ellos.
2. El Agente, por una duración de _____ años (y en adelante hasta la fecha que convengan de común acuerdo por escrito con preaviso de _____ meses) prestará al Mandante con diligencia y buena fe servicios en calidad de representante suyo y pondrá su empeño en ampliar la venta de los productos del Mandante dentro de la zona de su representación y no hará nada que pueda entorpecer tal venta o crear obstáculos al desenvolvimiento de los negocios del Mandante en dicha zona comercial.
3. El Mandante pondrá a disposición del Agente, en tiempo oportuno, una manifestación en la que indique los precios mínimos a los cuales los productos tendrán que ser individualmente puestos en venta, y el Agente no podrá ponerlos en venta a precios inferiores a los especificados en la manifestación del Mandante, sin perjuicio de tratar, en cada caso, de venderlos al mejor precio que le sea posible obtener.
4. El Agente no podrá vender ninguno de los productos del Mandante a persona o compañía o firma alguna, con residencia fuera de su zona de representación con vistas a la reexportación a ningún otro país o zona sin el consentimiento por escrito del Mandante.
5. En el transcurso de su representación, el Agente designado en este contrato no tomará a su cargo la venta de productos de clase similar o que puedan competir o crear obstáculos a la venta de los productos del Mandante, sea por cuenta propia, sea de parte de otra persona, compañía o firma cualquiera.
6. Al recibo de toda orden de compra de los productos del Mandante, el Agente deberá transmitirle sin tardanza tal orden de compra y (si la orden de compra es aceptada por el Mandante) la ejecutará, suministrando los productos directamente al cliente.
7. Una vez ejecutada cualquier orden de compra, el Mandante enviará al Agente copia duplicada de la factura remitida al cliente junto con los productos a que corresponda y del mismo modo le enviará en tiempo oportuno noticia del pago efectuado por el cliente al Mandante.
8. El Agente llevará en debida forma la contabilidad de todas las órdenes de compra que

haya obtenido y cada_____ meses remitirá al Mandante un estado de dicha contabilidad.

9. El Mandante reconocerá al Agente las siguientes comisiones_____ (basadas en precios FOB país acordado... si es marítimo y si es aéreo o terrestre FCA) por todas las órdenes de compra obtenidas por el Agente en la zona y ejecutadas por el Mandante. Queda dicho que las comisiones correspondientes a los cobros a los clientes efectivamente efectuados por el Mandante serán abonadas trimestralmente por éste al Agente.

10. El Agente tendrá derecho a comisión en los términos y condiciones especificados en el párrafo precedente sobre todas las órdenes de exportación que el Mandante reciba.

11. En caso de diferencia acerca de la cuantía que a título de comisión el Mandante debe pagar al Agente, tal diferencia ha de ser solucionada por los auditores del Mandante en el momento de producirse. Su decisión será obligatoria, así para el Mandante, como para el Agente.

12. El Agente no ha de comprometer en modo alguno el crédito del Mandante.

13. El Agente no emitirá garantía alguna en relación con los productos tratados sin autorización por escrito del Mandante.

14. El Agente no recibirá pagos de los clientes sin la autorización del Mandante.

15. El Agente no abrirá crédito, ni negociará con persona, compañía o firma alguna, con las cuales el Mandante le haya dado instrucciones en tiempo oportuno de no operar a crédito ni negociar.

16. El Mandante tendrá derecho a rehusarse a ejecutar o a recibir una orden cualquiera, o parte de ella, obtenida por el Agente, y el Agente no podrá reclamar comisión sobre cualquier orden, o parte de ella, rehusada en ejercicio de tal derecho.

17. Toda cuestión o diferencia, sea cual fuere, que pueda surgir en cualquier momento en adelante entre las partes de este contrato, o entre sus respectivos representantes, en relación con las cláusulas presentes, o con el objeto de las mismas, o que de ellas se deriven, o con ellas se relacionen o acerca de cómo debe interpretarse, o por cualquier otra razón, será sometida a arbitraje en España conforme a la ley en vigencia.

18. La interpretación de este contrato se entenderá en todos sus aspectos con sujeción a la ley española.

EN TESTIMONIO DE LO CUAL, las partes concluyen este contrato, en fecha y año previamente indicados.

(Firmas),

Inglés

AN AGREEMENT made this day _____ 200_____ BETWEEN
whose _____ Registered _____ office _____ is _____ situate _____ at
_____(hereinafter called
“the Principal”) of the one part and _____ (hereinafter called “the Agent”) of the
other part.

WHEREBY IT IS AGREED as follows:

1. The Principal appoints the agent as and from the _____ to be its Sole Agent in (hereinafter called “the Area”) for the sale of manufactured by the Principal and such other goods and merchandises (all of which are hereinafter referred to as “the goods”) as may hereafter be mutually agreed between them.
2. The agent will during the term of _____ years (and thereafter until determined by either party giving three months previous notice in writing) diligently and faithfully serve the Principal as Agent and will endeavour to extend the sale of the goods of the Principal within the area and will not do anything that may prevent such sale or interfere with the development of the Principal’s trade in the area.
3. The Principal will from time to time furnish the Agent with statement of the minimum prices at which the goods are respectively be sold and the Agent shall not sell below such minimum price but shall endeavour in each case to obtain the best price obtainable.
4. The Agent shall not sell any of the goods to any person, company or firm residing outside the area, no shall he knowingly sell any of the goods to any person, company, or firm residing within the area with a view to their exportation to any other country or area without the consent in writing of the Principal.
5. The Agent shall not during the continuance of the Agency here constituted sell goods of a similar class or such as would or might compete or interfere with the sale of the Principal’s goods either on his own account or on behalf of any other person, company, or firm whomsoever.
6. Upon receipt by the Agent of any order for the goods the Agent will immediately transmit such order to the Principal who (if such order is accepted by the Principal) will execute the same by supplying the goods direct to the Customer.
7. Upon the execution of any such order the Principal shall forward to the Agent a duplicate copy of the invoice sent with the goods to the customer and in like manner shall from time to time inform the Agent when payment is made by the Customer to the Principal.
8. The Agent shall duly keep an account of ah orders obtained by him and shall every _____ months send in a copy of such account to the Principal.

9. The Principal shall allow the Agent the following commissions (based on FOB Spain values) _____ in respect of all orders obtained directly by the Agent in the area which have been accepted and executed by the Principal. The said commission shall be payable every months on the amounts actually received by the Principal from the Customers.

10. The Agent shall be entitled to commission on the terms and conditions mentioned in the last preceding clause on ah export orders for the goods received by the Principal through

11. Should any dispute arise as to the amount of commission payable by the Principal to the Agent the same shall besettled by the Auditors for the time being of the Principal whose certificate shall be final and binding on both the Principal and the Agent.

12. The Agent shall not in any way pledge the credit of the Principal.

13. The Agent shall not give any warranty in respect of the goods without the authority in writing of the Principal.

14. The Agent shall not whitout the authority of the Principal collect any money from customers.

15. The Agent shall not give credit to or deal with any person, company, of firm which the Principal shall from time to time direct him not to give credit to or deal with.

16. The Principal shall have the right to refuse to execute or accept any order obtained by the Agent or any thereof and the Agent shall not be entitled to any commission in respect of any such refuse order or part thereof so refused.

17. All questions of difference whatsoever which may at any time hereafter arise between the parties here to or their respective representatives touching these presents of the subjects matter thereof or arising out of or in relation there to respectively and whether as to construction or otherwise shall be referred to arbitration in Spain in accordance with the provision of the Arbitration.

18. This Agreement shall in all respect be interpreted in accordance with the Laws of Spain.

As Witness the bands of the here to the day and year first hereinbefore written.

(Signatures)

Anexo 2

Simbología para mercancías peligrosas

Clase 1. Explosivo.

Símbolo que indica sustancias que explotan bajo ciertas condiciones.

Ejemplo: Dicromato de amonio, mezcla de oxígeno y monóxido comprimidos.

A su vez éste se divide en:

- Explosivo con peligro de explosión en masa.
- Explosivo con peligro de proyección de objetos.
- Explosivo con riesgo de fuego.
- Explosivo con riesgo de estallido.
- Explosivo poco sensible, agentes que acusan estallido.
- Extremadamente inestable, sustancia detonante.



Anexo 3

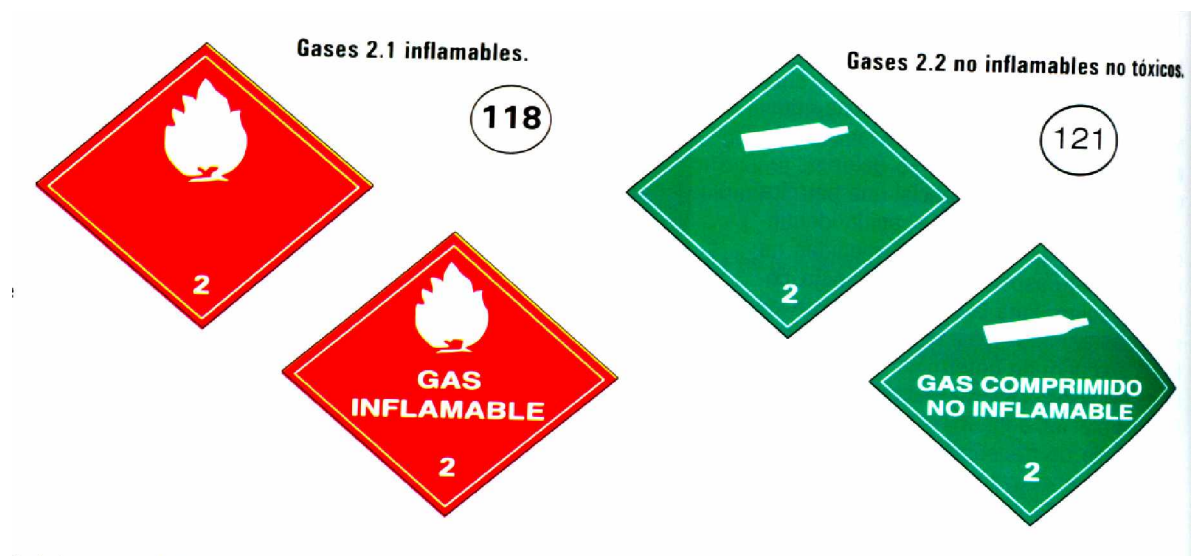
Clase 2. Gases

Pueden ser inflamables en presencia de aire y fuentes de ignición

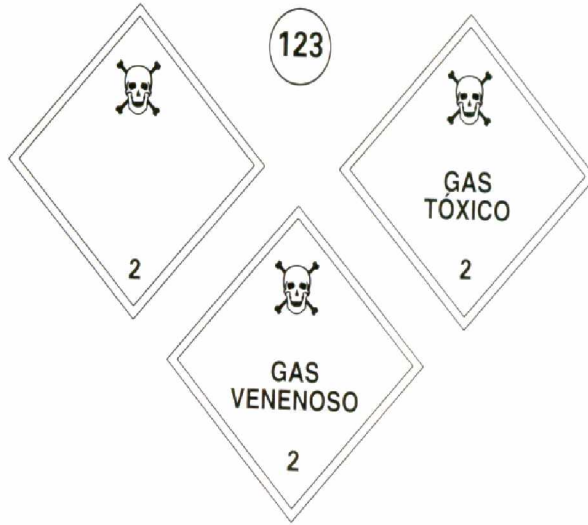
Ejemplo: Butano, propano, gases comprimidos

Se dividen en:

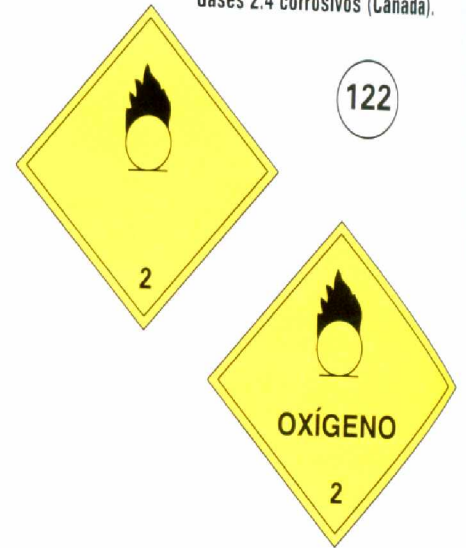
- Gases 2.1 Inflamables
- Gases 2.2 no inflamables no tóxicos.
- Gases 2.3 tóxico por inhalación
- Gases 2.4 corrosivos



Gases 2.3 tóxico por inhalación.



Gases 2.4 corrosivos (Canadá).



Anexo 4

Clase 3. Líquidos Inflamables y combustibles

Pueden arder con relativa facilidad dependiendo de su punto de llama

Se dividen en:

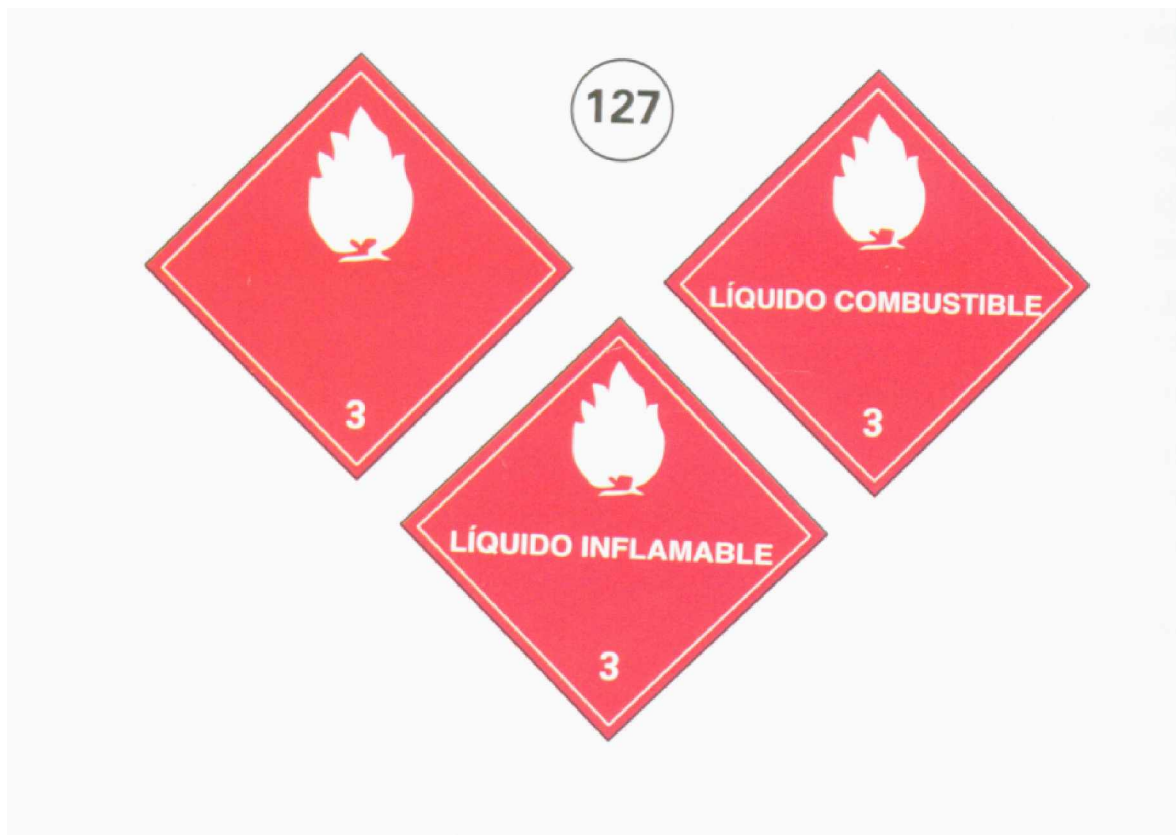
Peligro Clase A: Líquidos con punto de llama menor a 100 C

Líquidos A1: Líquidos con punto de llama menor a 21 C

Líquidos A11: Líquidos con punto de llama entre 21 C y 55 C

Líquidos A111: Líquidos con puntos de llama 55 C y 100 C

Peligro clase B: Líquidos con punto de llama inferior a 21 C como el metileter, eterdipropilico.



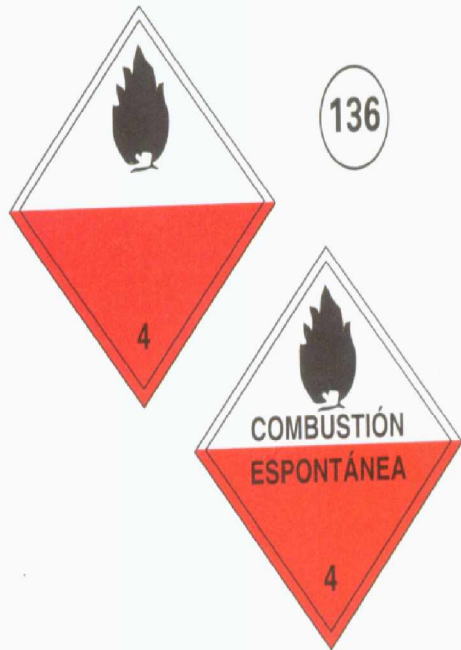
Anexo 5

Clase 4 Sólidos inflamables espontáneamente y peligrosos cuando se humedecen.

Ejemplo: Fosfato de potasio, Fosfato de Magnesio, sustancias que al contacto con el agua generan gases inflamables, como el Litio y el borohidruo de Sodio.



Sólidos 4.2 espontáneamente combustibles.



Sólidos 4.3 peligrosos cuando se humedecen.



Anexo 6

Clase 5. Oxidantes y peróxidos orgánicos

Pueden explotar por fricción, calor o contaminación, y pueden acelerar la combustión en caso de incendio.



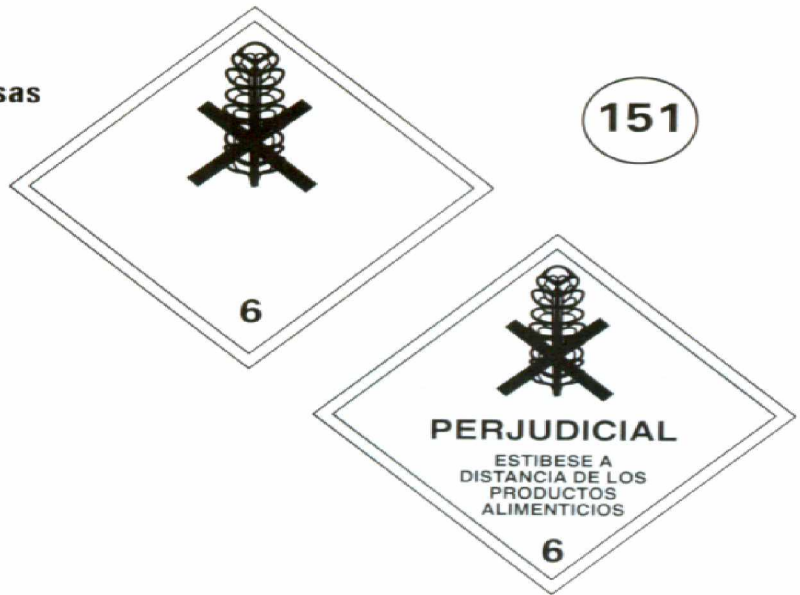
Anexo 7

Clase 6. Materiales y Sustancias Infecciosas

Aquellas que por inhalación, ingestión o absorción a través de la piel ocasionan trastornos orgánicos graves y la muerte.

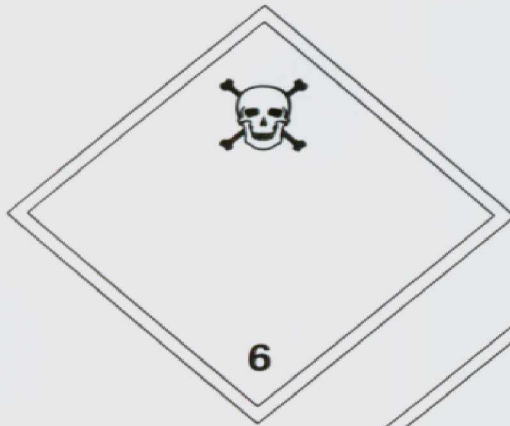
Ejemplo: Trióxido de arsénico, mercurio y cloro.

**Clase 6.2
Sustancias infecciosas**



**Clase 6.1
Materiales Tóxicos**

153

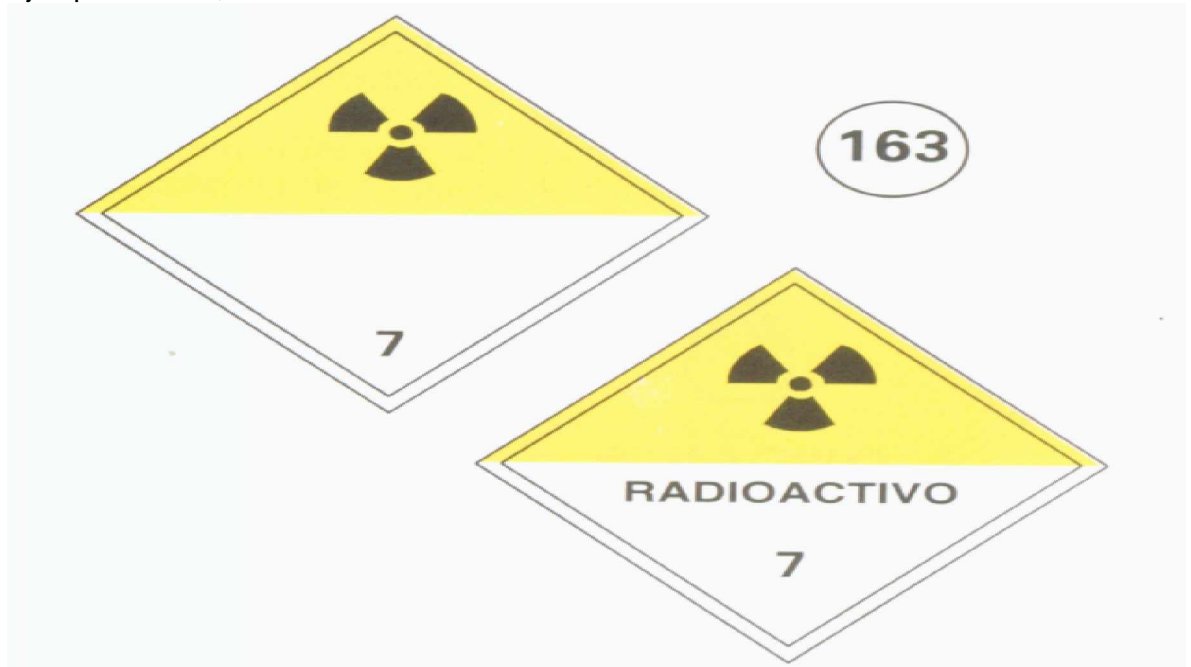


Anexo 8

Clase 7. Materiales Radiactivos

Pueden originar lesiones y hasta la muerte.

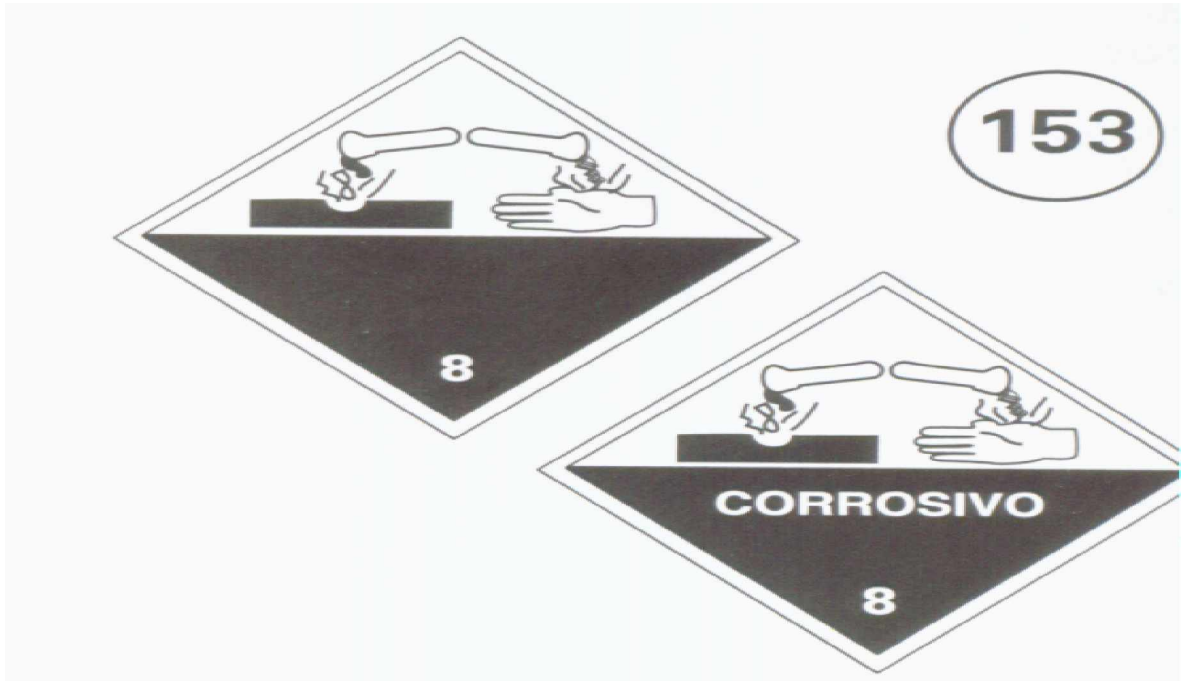
Ejemplo: Radón, Uranio.



Clase 8 Materiales corrosivos

El contacto con estas sustancias destruye el tejido; se debe evitar el contacto con los ojos, piel y ropa.

Ejemplo: Bromo ácido sulfúrico, soda cáustica, piperazina.



Anexo 9

Clase 9 Materiales Misceláneos

Sustancias que producen efectos nocivos de menor trascendencia como carbonato de zinc, fosfato, de sodio y sulfato férrico.



Para Interpretar la información se debe tener en cuenta que el número que aparece dentro del círculo en cada una de las clases es su identificador específico, y las sustancias agrupadas en esa clase tienen características de reacción similares.

Los embalajes deben ir debidamente marcados con los símbolos respectivos así como los vehículos para el transporte nacional.

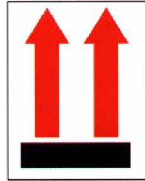
Anexo 10

Rotulado y Símbolos pictóricos reconocidos Internacionalmente.

IDENTIFICACION DE LA CARGA



SIMBOLOS DE MANEJO



Anexo 11

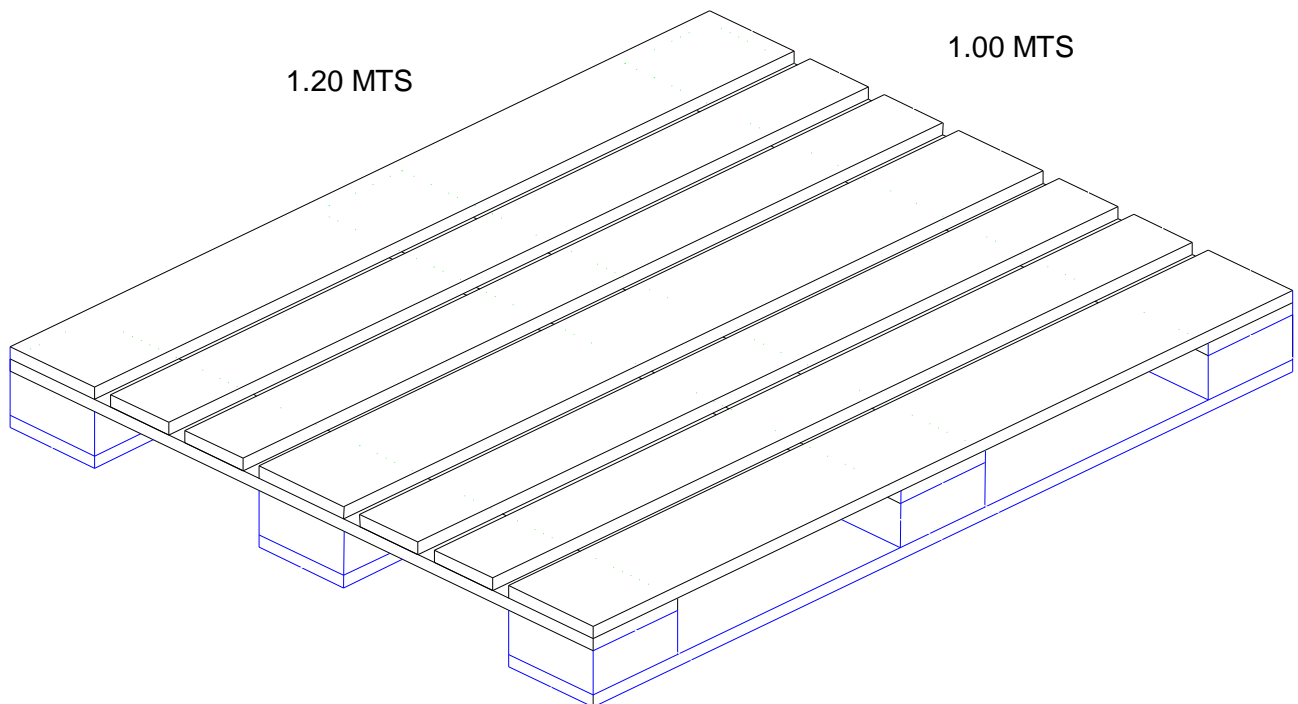
Modelo de estiba estándar

ESTIBA NTC 4680

En pino Patula de 1.00 Metros x 1.20 Metros x 14.5 de Alto
Espesor de las tablas de 22 m.m.

Dimensiones de las tablas.

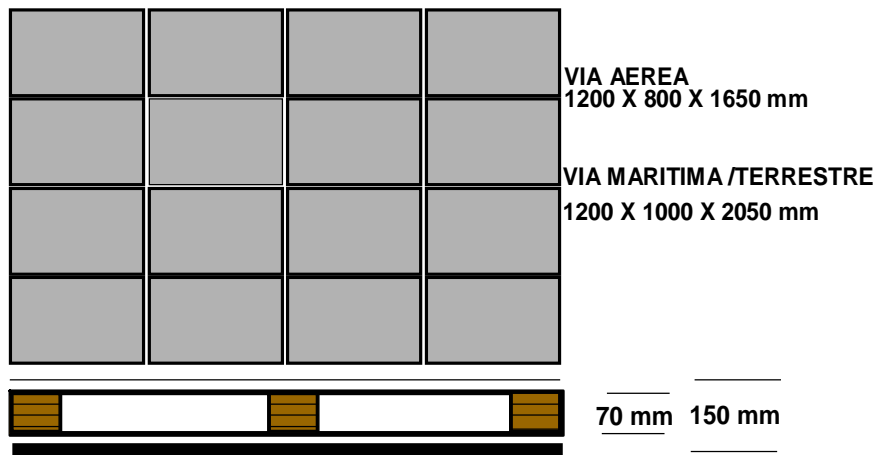
Descripción	Cantidad
Tabla de 14.5*1.20 Metros x 22	6
Tabla de 10x 12.0 Metros x 22	4
Tabla de 14.5 x 1.00 Metros x 22	3
Tacos de 14.5x 14.5x 8 alto	9



Anexo 12

Ejemplo de Pallet.

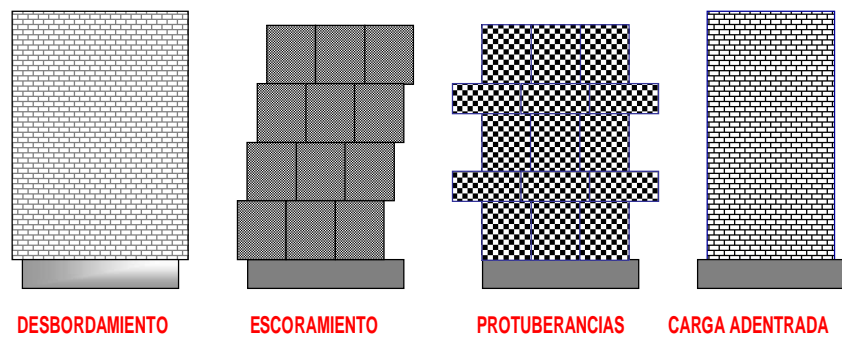
PALLETIZACION DE CARGA



Anexo 13

Aprovechamiento Cúbico por medio del paletizado

POSICIONES INCORRECTAS DE LA CARGA



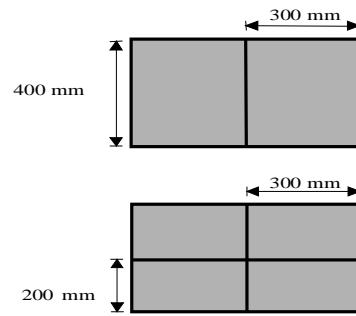
Aprovechamiento Cúbico por Medio del Palletizado

- LA CARGA TIENE QUE ESTAR ADENTRADA Y PERFECTAMENTE VERTICAL
- UTILIZACION DE ESTIBAS EN BUEN ESTADO
- UNA BUENA ESTRUCTURA FORMADA POR PAQUETES SOBREPUESTOS
- EL MEJOR APROVECHAMIENTO DE LA SUPERFICIE DE LA ESTIBA Y LA ELECCION DE ALTURAS Y PESOS ADECUADOS

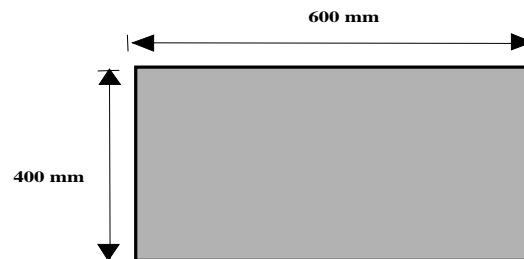
Anexo 14

Norma ISO 3394 sobre dimensiones de embalajes.

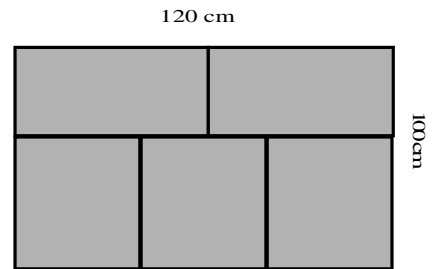
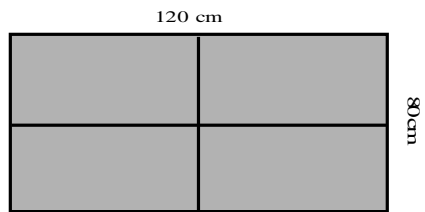
ISO 3394 SUBMULTIPLoS



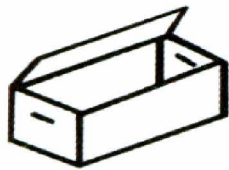

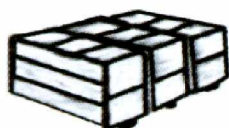

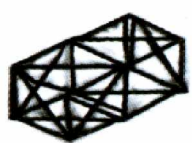
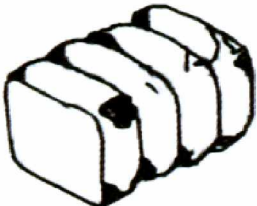

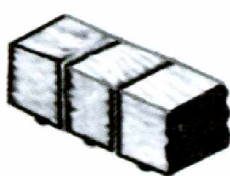
NORMA ISO 3394



OPTIMIZACION DE AREA ESTIBA


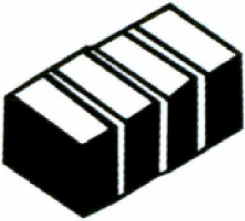
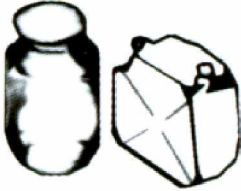
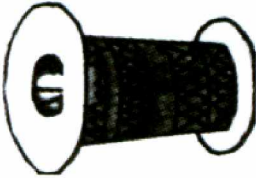
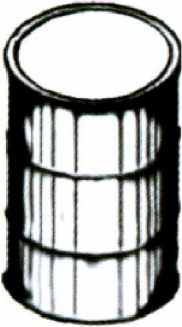
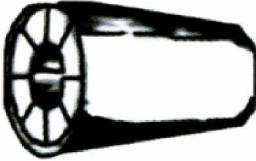


Embalajes Reconocidos Internacionalmente

Embalajes utilizados para la carga en las operaciones de comercio exterior			
	Características		Características
	<p>Caja de cartón</p> <p>Mercancías terminadas.</p> <p>Ligereza y resistencia.</p> <p>Precaución con humedad.</p>		<p>Botella</p> <p>Mercancías: gases comprimidos como acetileno, butano.</p> <p>Cilindro metálico resistente a altas presiones y manejo brusco.</p>
	<p>Caja de madera</p> <p>Mercancías de peso moderado.</p> <p>Mayor resistencia que el cartón no sufre distorsiones.</p>		<p>Barrica</p> <p>Mercancías: vinos y aceites.</p> <p>Recipiente hecho de duelas y arcos metálicos.</p> <p>No se derrama o contamina.</p>
	<p>Guacal o jaiba</p> <p>Mercancías: difíciles de destruir.</p> <p>Proporciona mayor rigidez.</p>		<p>Paca o fardo</p> <p>Mercancías: algodón, fibra de vidrio, tabaco.</p> <p>Es conveniente usar empaque interior impermeable.</p>
	<p>Saco o costal</p> <p>Mercancías granuladas y químicos secos.</p> <p>Proporciona fácil manejabilidad de la mercancía.</p> <p>Brinda ligereza y resistencia.</p>		<p>Atado</p> <p>Mercancías: varillas, tuberías, vigas, piezas rectangulares apiladas y sujetadas con flejes.</p> <p>Unitariza las cargas; brinda mayor consistencia para su manipulación.</p>

Anexo 16
Continuación de Embalajes reconocidos Internacionalmente


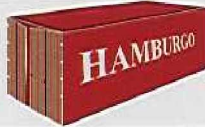
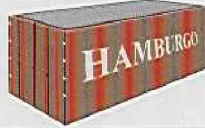
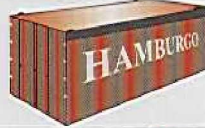





Embalajes utilizados para la carga en las operaciones de comercio exterior

	Características		Características
	<p>Bala</p> <p>Mercancías: corcho, caucho y fibra de fardo.</p> <p>Saco hecho de fibras flexibles; interiormente debe ser impermeable.</p>		<p>Balona</p> <p>Mercancías: cartón, hierro, corcho.</p> <p>Conjunto de láminas con tarimas de madera en la parte inferior y superior flejados.</p>
	<p>Bidón</p> <p>Mercancías: tabaco, algunos ácidos y químicos.</p> <p>Recipiente de madera o plástico.</p>		<p>Carrete</p> <p>Mercancías: conductores eléctricos, mangueras y cables.</p> <p>Base cilíndrica con un orificio central.</p>
	<p>Tambor</p> <p>Mercancías: químicas, miel de abeja, combustibles.</p> <p>Cilindro metálico diseñado para un solo viaje.</p>		<p>Rollo o bobinas</p> <p>Mercancías: papel, telas, plásticos y algunos metales. El producto es enrollado.</p> <p>Los rollos son protegidos con madera y otro material.</p>

Anexo 17

Clases de Contenedores en dimensiones de 20`y 40` (pies)

TIPOS DE CONTENEDORES

TIPOS DE CONTENEDORES		Dimensiones inferiores en cm.				Carga útil kg.
		LARGO	ANCHO	ALTO		
STANDARD CONTAINER Para cualquier tipo de carga en general.		20' 40'	590 1203	235 235	239 239	28230 26700
VENTILATED CONTAINER Especial para carga que requiere ventilación.		20'	593	236	238	21720
HARDTOP CONTAINER Con techo removible de acero. Especial para carga pesada, carga sobre alta, cargue por la puerta superior o cargue por la puerta con testeras abiertas..		20' 40'	589 1202	234 234	238 239	27890 25780
OPEN TOP CONTAINER Con lona removible en la parte superior. Especial para carga sobre alta, cargue por la parte superior o cargue por la puerta con testeras abiertas.		20' 40'	588 1200	234 233	237 238	21800 26130
FLAT Para carga pesada y sobre ancha.		20' 40'	598 1185	224 230	226 197	27800 39800
PLATFORM Especial para carga pesada y sobre dimensionada. No aptos para transportes internos.		20' 40'	606 1219	244 244		21900 40800
INSULATED CONTAINER Para carga que requiere de temperaturas constantes. La regulación de la temperatura se efectúa a través del sistema frigorífico del buque al terminal portuario o mediante una unidad clip-on.		40'	1184	229	212	26630
REEFER CONTAINER Especial para carga que requiere de temperaturas constantes. Regulación de la temperatura mediante un sistema frigorífico propio del contenedor.		20' 40'	584 1156	229 229	226 219	27320 26340
TANK CONTAINER Para el transporte de alimentos líquidos. Determinados contenedores de esta serie son utilizados exclusivamente para el transporte de químicos líquidos.		Los Tank Container están equipados con una amplia gama de instalaciones técnicas y características que podemos poner a disposición de acuerdo a requerimientos individuales de nuestros clientes.				

Anexo 18

**LISTA DE INSTITUCIONES NACIONALES DE PROMOCION DE EXPORTACIONES EN
LOS PAISES LATINOAMERICANOS.**

Argentina

Instituto de Comercio Exterior (ICE)
Fundacion Banco de la Ciudad
Avenida Leandro N. Alem 1051, piso 2
1001 Buenos Aires
Tel.: (541) 3121697
Fax.: (541) 3132247

Bolivia

Fundacion Bolinvest – Programa de Promocion de
Inversiones y Exportaciones
Abdón Saavedra 2120, casilla 141
La Paz
Tel.: (5912) 378606
Fax.: (5912) 391004
Netsite: <http://www.bolinvest.org>

Instituto Nacional de Promocion de Exportaciones (INPEX)
Av. 20 de Octubre 1915, casilla 10871
La Paz
Tel.: (5912) 378000/3
Fax.: (5912) 391226

Instituto Boliviano de Comercio Exterior (IBCE)
Av. Belarde 131, casillas 3440
Santa Cruz
Tel.: (5913) 362030
Fax.: (5913) 321509

Brasil

Banco de Brasil, SA
Gerencia de Comercio Exterior (GECEX)
SBS Sede III, 13 floor
70070-100 Brasilia, DF
Tel.: (5561) 3105050
Fax: (5561) 3102483

PROMOEXPÓRT Bahia
Av. Estados Unidos 14
Ed. Suerdieck, 9 + 10 floors
40010-020 Salvador
Tel.: (5571) 3260411
Fax.: (5571) 3260520
Netsite: <http://www.promoba.gov.br>

Centro de Comercio Exterior do Parana (CEXPAN)
Av. Candido de Abreu 200. 7 floor
Caixa postal 2411
80001-970 Curitiba
Tel.: (5541) 3521981
Fax.: (5541) 2534017

Chile
Direccion de Promocion de Exportaciones (PROCHILE)
San Martin 88
Casilla de correos 14087, cor. 21
Santiago
Tel.: (562) 6960043
Fax.: (562) 6716827
Netsite: <http://www.prochile.cl>

Colombia
Fideicomiso de promocion de exportaciones (PROEXPORT)
Calle 28 N. 13ª – 53 Piso 1
Santa Fe de Bogotá
Tel.: (571) 3412066
Fax.: (571) 2845087
Netsite: <http://www.proexport.com>

Instituto Colombiano de Comercio Exterior (INCOMEX)
Calle 28, No. 13ª – 53 Piso 2
Santa Fe de Bogotá
Tel.: (571) 2437312
Fax.: (571) 2849592

Costa Rica
Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER)
Calle 40, Av. 3
Apartado 1278 – 1007
San Jose
Tel.: (506) 2567111
Fax.: (506) 2335755

Cuba

Centro para la Promocion de la Exportaciones (CEPEC)
Calle Infanta 16, piso8
Vedado
10400, La Habana
Tel.: (537) 786414
Fax.: (537) 786234

Ecuador

Promocion de Exportaciones Agrícolas No Tradicionales
(PREEXANT)
Calle Yasuni 404 y Av. El Inca
Quito
Tel.: (5932) 462544
Fax.: (5932) 462545

Centro de Desarrollo del Ecuador (CENDES)
Av. Orellana 1715
Apartado Postal 2321
Quito
Tel.: (5932) 527100
Fax.: (5932) 501817

El Salvador

Corporación de Exportadores de El Salvador (COEXPORT)
Condominios del Mediterraneo, Edificio A N.23
Colonia Jardines de Guadalupe
05235 San Salvador
Tel.: (503) 24313289
Fax.: (503) 2423159

Guatemala

Dirección General de Comercio Exterior (DIGECOMEX)
Ministerio de Economía
8 Av. 1043, Zona 1, Nivel 3
01001 Ciudad de Guatemala
Tel.: (502) 2533895
Fax.: (502) 2517221

Honduras

Federación de Agroexportadores de Honduras (FPX)
Apartado Postal 1442
San Pedro Sula
Tel.: (504) 563794
Fax.: (504) 563852

Mexico

Banco Nacional de Comercio Exterior, SNC (BANCOMEXT)
Periferico sur 4333 PB
Col. Jardines de la Montaña
14210 Ciudad de Mexico DF
Tel.: (52) 54499000
Fax.: (52) 54499070
Netsite: <http://mexico.businessline.gob.mx>

Nicaragua

Asociacion Nicaraguense de Productores y Exportadores de
Productos No tradicionales
Hotal Intercontinental 2c
Managua
Tel.: (505) 2669850
Fax.: (505) 2665039

Panama

Instituto Panameño de Comercio Exterior (IPCE)
Av. Balboa, Edificio Banco Exterior
Apartado Postal 55-2359 Paitilla
Panama
Tel.: (507) 2257244
Fax.: (507) 2252193

Paraguay

PROPARAGUAY
Pte. Franco y Ayolas
Edif.. Ayfra, Piso 12
Asunción
Tel.: (59521) 444113
Fax.: (59521) 493862

Peru

Comision para la promocion de Exportaciones (PROMPEX)
Augusto Tamayo 160, Piso 4
San Isidro
Lima 27
Tel.: (511) 2221222
Fax.: (511) 2215533
Netsite: <http://161.132.73.75>

Republica Dominicana

Centro Dominicano de Promocion de Exportaciones (CEDOPEX)
Av. 27 de febrero
Apartado Postal 199-2
Santo Domingo
Tel.: (1809) 5305505
Fax.: (1809) 5308208
Netsite: <http://cedopex.gov.do>

Uruguay

Direccion de Comercio Exterior (COEX)
Centro de Información Comercial Integral (CICI)
Casilla de Correos 10771, Dist. 1
11100 Montevideo
Tel.: (5982) 9020319
Fax.: (5982) 9021726

Venezuela

Oficina de Promocion de Exportaciones (PROMEXPORT)
Unid. Sist. de Intel. De Comercio Exterior
Avenida El Empalme, Edificio Fedecamaras, piso 4
Caracas, 1050
Tel.: (582) 7311089
Fax.: (582) 7313153

Banco de Comercio Exterior
Centro Gerencial Mohedano
Avenida Mohedano
La Castellana
Caracas 1060
Tel.: (582) 2651433
Fax.: (582) 2656722

ANEXO 19

LISTA DE FUENTES ELECTRONICAS DE INFORMACION ECONOMICA EN LOS PAISES LATINOAMERICANOS

Argentina

Instituto Nacional de Estadística y Censos

<http://www.indec.mecon.ar>

Belice

Central Statistical Office

Ministry of Finance

<http://www.belice.gov.bz>

Bolivia

Instituto Nacional de Estadística

<http://www.ine.gov.bo>

Brasil

Ministerio de Desenvolvimento, Indústria e Comércio

<http://www.161.148.1.101>

Chile

Banco Central de Chile

<http://www.bcentral.cl>

Colombia

Departamento Administrativo Nacional de Estadística

<http://www.dane.gov.co>

Costa Rica

Ministerio de Economía, Industria y Comercio

<http://www.meic.go.cr>

Cuba

Gobierno de Cuba

<http://www.cubaweb.cu>

Ministerio del Comercio Exterior

<http://www.infocecx.cu>

Ecuador

Banco Central del Ecuador

<http://bce.fin.ec>

El Salvador

Banco Central de Reserva de El Salvador

<http://www.server.rds.org.gt>

Guatemala

Instituto Nacional de Estadística
<http://www.server.rds.org.gt>

Honduras
Banco Central de Honduras
<http://www.bch.hn>

Jamaica
Statiscal Institute of Jamaica
<http://www.statinja.com>

Mexico
Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática
<http://www.inegi.mx>

Nicaragua
Banco Central de Nicaragua
<http://www.bcn.gob.ni>

Panama
Ministerio de Comercio e Industrias
<http://www.mici.gob.pa>

Paraguay
(No disponible)

Peru
Instituto Nacional de Estadística e Informática
<http://www.inei.gob.pe>

Republica Dominicana
Banco Central de la Republica Dominicana
<http://www.bancentral.gov.do>
<http://www.bancentral.gov.do>

Uruguay
Instituto Nacional de Rstadística
<http://www.ocei.gov.ve>

Venezuela
Oficina Central de Estadística e Informática
<http://www.ocei.gov.ve>