“Oportunidades de negocio entre Perú, otros países latinoamericanos y España.

ELABORA TU PLAN DE NEGOCIO”

PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN:

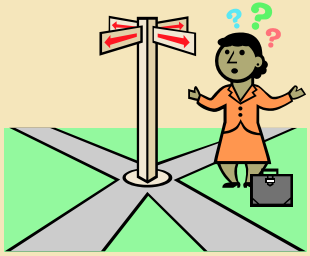
Introducción al Comercio Exterior, Área Aduanera y Transporte Internacional

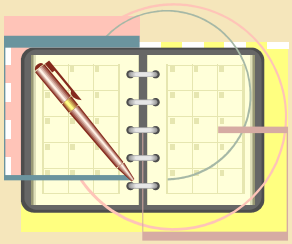
Valencia, 17 de Julio de 2010

Asociación Española de Consultores de Comercio Exterior

INTRODUCCIÓN AL COMERCIO EXTERIOR

1. Plan de Negocio vs.
2. Plan de Internacionalización vs.
3. Plan Operativo de Exportación / Importación
4. Aspectos Prácticos Y Jurídicos España-Perú
5. Área aduanera y Transporte Internacional: Taric e Inconterms

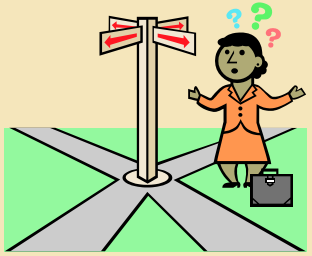


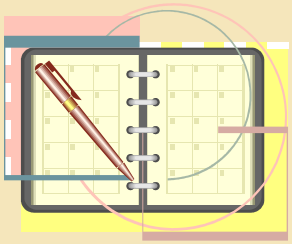


1- “Como decíamos ayer,…”

IDEA DE NEGOCIO → PLAN DE NEGOCIO

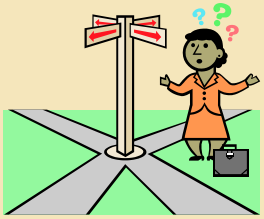
- Plan de Marketing
- Plan de Recursos Humanos
- Plan Financiero - Económico
- Plan Jurídico
- PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN
- Plan de Marketing Internacional o Comercialización





1- “Como decíamos ayer,…”

- **MENTALIDAD EMPRESARIAL**
- **PERFIL DEL EMPRENDEDOR**
  - Motivación, Asunción Consecuencias, Paciencia, Conciliación Familiar.
- **QUÉ ES UN PLAN DE EMPRESA**
- **PLAN RRHH:** funciones, organigrama, selección de personal, costes
- **PLAN MARKETING:** Definición del producto o servicio, estudio del Mercado, Previsión de Ventas, etc…
- **“VIVIR SIN JEFE”** Sergio Fernández.



PLAN FINANCIERO-ECONÓMICO

1.- Cálculo de las necesidades de inversión. ACTIVOS: Fijo y Circulante.

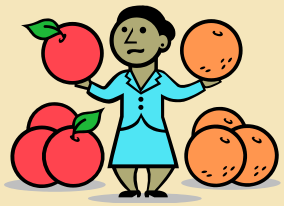
2.- Financiación de las inversiones. PASIVOS: Fijo y Circulante.

3.- Cuenta de Resultados para los próximos tres años.

4.- Presupuesto de Tesorería.

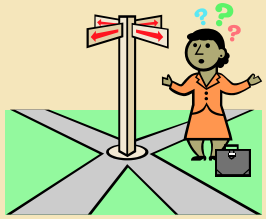
5.- Balances de Situación al final de cada año.

6.- Análisis mediante ratios.



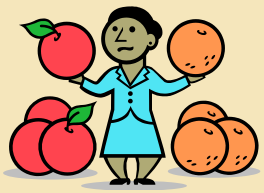
1.- El Plan de Negocio/Empresa:

- Es el diseño y la planificación de mi negocio, de mi empresa.
- Es el desarrollo de mi proyecto empresarial = personal y familiar.
- Me hace ser consciente de la realidad y no de las fantasías o ilusiones.
  - Me hace ser consciente de los riesgos económicos que asumo. Evita que me arruine.
- Hace que merezca o no merezca la pena convertirse en empresario.
- Es mi instrumento para obtener financiación, para conseguir socios, etc.
- **Viabilidad y Rentabilidad no es lo mismo que Beneficios.**
- **Una empresa puede tener pérdidas en sus inicios y ser viable y rentable. Debe siempre ser capaz de asumir sus obligaciones de pago: PLAN FINANCIERO.**



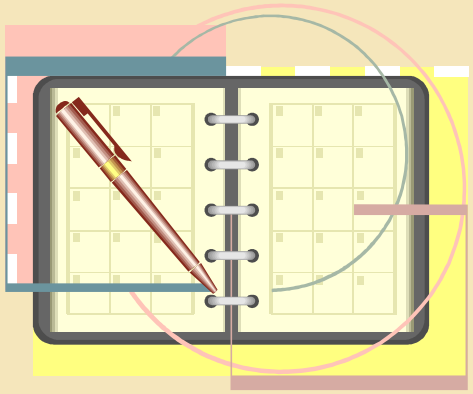
2.- El Plan de Internacionalización:

- Es el diseño y la planificación de mi negocio, de mi empresa en mercados extranjeros.
- Es el desarrollo de mi proyecto empresarial internacional = ambiente laboral, nueva cultura empresarial, nuevas tecnologías, viajes, etc.
- Me hace ser consciente de nuevas mentalidades, de nuevas formas de entender la vida y de las necesidades.
- Me hace ser consciente de los riesgos económicos que asumo. Evita que me arruine.
- Hace que merezca o no merezca la pena convertirse en un empresario internacional.



El Plan Operativo:

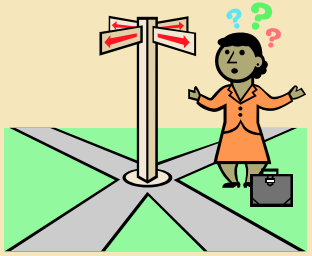
- Es el diseño y la planificación de operaciones individuales de compra/venta, de exportación/importación.
- Es determinar el escandallo operativo.
- Es designar las responsabilidades de cada acción.
- Es el medio para detectar los fallos en la operativa de exportación e importación.

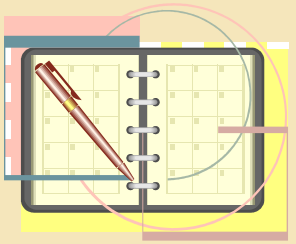


Temas

Asociación Española de Consultores de Comercio Exterior

1. Plan de Negocio
2. **Plan de Internacionalización**
3. Plan Operativo de Exportación / Importación
4. Aspectos Prácticos Y Jurídicos España-Perú
5. Área aduanera y Transporte Internacional: Taric e Inconterms





2.- Plan de Internacionalización

- **El desarrollo de un Plan de Internacionalización permite a la empresa tener un mayor control, en la medida de lo posible, sobre las incertidumbres del entorno exterior, pues el marketing internacional, como toda estrategia empresarial, también cuenta con una serie de variables controlables y otras ajenas a su control.**

CONTROLABLES	INCONTROLABLES
Infraestructura de la empresa ○Capacidad de producción ○Capacidad financiera ○Nivel de I+D ○Experiencia y conocimiento de mkt ○Actitud y predisposición a exportar ○Etc...	**El entorno externo:** ○Económico ○Cultural ○Legal ○Político ○La competencia internacional

2.- Plan de Internacionalización

- La finalidad de un Plan de Marketing Internacional es la elaboración y puesta en práctica de un programa de marketing en los mercados exteriores, y ello por etapas, con base en unos objetivos cuantificables y un análisis del entorno internacional y las capacidades de la empresa.
- Está compuesto por 4 etapas del Plan de Marketing Internacional .

2.- Plan de Internacionalización

Etapa 1. Punto de Salida

Antes de intentar adentrarnos en mercados exteriores debemos realizar un análisis D.A.F.O., es decir, un análisis de variables internas (fuerzas y debilidades) y un análisis de variables externas (amenazas y oportunidades). Sólo una vez hayamos definido cuál es la situación en la que nos encontramos podremos plantearnos penetrar en mercados que nos resultan desconocidos o parcialmente desconocidos.

A.- Análisis del entorno propio.

- Se trata de realizar un análisis de la situación competitiva de la empresa, siendo fundamental conocer cuáles son sus fortalezas y debilidades en todos los ámbitos (producción, tecnología, capacidad financiera, logística, recursos humanos, experiencia, etc…)
- En este punto también es importante llevar a cabo un análisis sectorial a nivel internacional o, lo que es lo mismo, es preciso llevar a cabo un análisis del Ciclo de Vida Internacional del Producto

2.- Plan de Internacionalización

Etapa 1.

B.- Investigación de mercados exteriores.

En esta fase se incluyen:

- Análisis macroeconómico de los países.
- Previsiones de crecimiento
- El consumo
- La organización social
- La evolución demográfica
- Las infraestructuras
- Las características culturales
- Las restricciones legales al comercio y la inversión (si las hubiese)
- Las barreras técnicas
- Los niveles de incertidumbre política

2.- Plan de Internacionalización

Etapa 1

B.- Investigación de mercados exteriores.

Esta investigación de mercados exteriores también incluye el análisis de la competencia internacional:

- Cuáles son las empresas competidoras
- Dónde operan
- Qué productos representan
- La cuota de mercado que tiene cada uno de ellos
- Cuáles son sus fortalezas y debilidades
- Qué estrategias desarrollan.
- Etc…
- **Ejemplos de Estudios de Mercado: ICEX, IVEX, Cámaras, Privados,...**

2.- Plan de Internacionalización

Etapa 2. Punto de Destino

Es ahora cuando se establecen los OBJETIVOS que se pretenden alcanzar en cada mercado seleccionado:

- *Objetivos Estratégicos*: obtener el liderazgo en un determinado mercado, llegar a una determinada cuota de mercado, ir creciendo de forma progresiva, etc.

- *Objetivos Cuantificables* para cada mercado, así como unos plazos para su consecución: cuota de mercado que se pretende conseguir, tiempo necesario para conseguirlo, nivel de beneficios o rentabilidad esperada, plazos de entrega a alcanzar, etc.

2.- Plan de Internacionalización

3ª ETAPA: Planificación de la ruta

Una vez hayamos definido los objetivos específicos que se pretenden conseguir, se tratará de trazar unas estrategias que lleven a la consecución de esos objetivos. Dichas estrategias tendrán que ver con las variables controlables por la empresa: el marketing mix, es decir, producto, precio, distribución y comunicación y/o también con las distintas estrategias, que comentaremos en el próximo taller, de cara a la penetración en los mercados.

Las estrategias son múltiples y, en el Plan de Marketing, debiéndose optar por algunas de ellas y rechazar otras. Cada una de las estrategias de Marketing Mix se traducirá en unos costes. La evaluación de los presupuestos frente a la consecución de los objetivos deseados determinará la estrategia aplicable: FINANCIACIÓN DEL PLAN DE INTERNACIONALIZACIÓN.

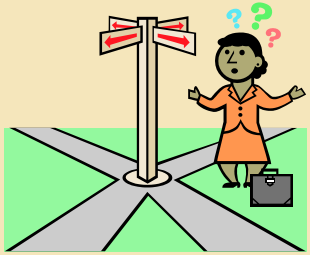
2.- Plan de Internacionalización

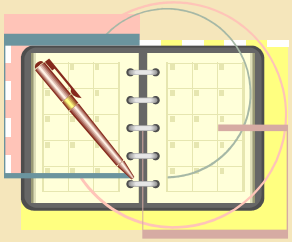
4ª ETAPA: *Puesta en Marcha*.

- Un programa es una sucesión de acciones, ordenadas en el tiempo, para alcanzar un/unos objetivo/s.
- Un presupuesto es la asignación de los recursos necesarios para lograr un/unos objetivo/s.
- Deberemos hacer tres cosas fundamentalmente:
  - Establecer los calendarios de ventas (desarrollo temporal de los objetivos).
  - Desarrollar unos programas y presupuestos identificando las acciones más importantes, ordenando las fases y especificando sus pasos concretos, estimar los tiempos y los plazos de ejecución, asignar cada acción a un responsable, calcular los presupuestos para cada fase y coordinar los distintos pasos.
  - Ajustar el calendario en función de la estacionalidad de las ventas.

Temas

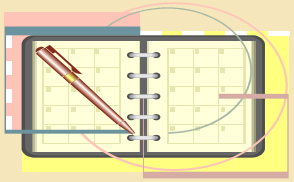
1. Plan de Negocio
2. Plan de Internacionalización
3. Plan Operativo de Exportación / Importación
4. Aspectos Prácticos Y Jurídicos España-Perú
5. Área aduanera y Transporte Internacional: Taric e Inconterms





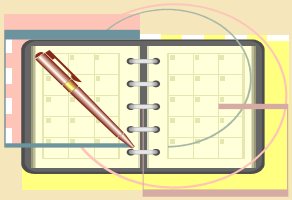
3.- Plan Operativo. Escandallo

- "Es lo que hay que hacer con cada operación de comercio exterior"
- Se trata de definir el contenido de la operación, los plazos y las personas responsables.
- Se evitan problemas en las aduanas.
- Evitamos sobre-costes no contemplados.
- Demostramos nuestra profesionalidad.



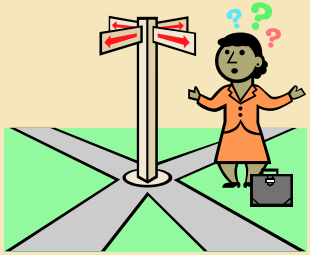
3.- Plan Operativo. Escandallo

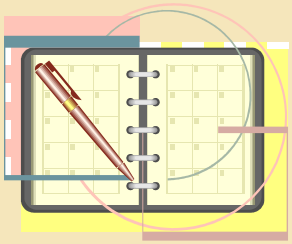
Tipo de Operación	Partida arancelaria	Documentos	Observaciones Y Fechas



Temas

1. Plan de Negocio
2. Plan de Internacionalización
3. Plan Operativo de Exportación / Importación
4. **Aspectos Prácticos Y Jurídicos España-Perú**
5. Área aduanera y Transporte Internacional: Taric e Inconterms





4.- Aspectos Prácticos y Jurídicos del Comercio Exterior entre España, Perú y otros países miembros de la Comunidad Andina.

- Ideas Clave sobre España
  - España es un Estado Soberano que ha transferido competencias soberanas a favor de una Institución supranacional llamada Unión Europea.
  - Siempre que se hable de aspectos jurídicos del comercio exterior de España, se está hablando de los aspectos jurídicos del comercio exterior de la Unión Europea.
  - Exportar a España supone, entonces, exportar a la Unión Europea.
  - La Unión Europea está basada en tres principios o libertades.

4.- Aspectos Prácticos y Jurídicos del Comercio Exterior entre España, Perú y otros países miembros de la Comunidad Andina.

- Ideas Clave sobre España
  - Libertad de movimientos de personas: Los ciudadanos de la Unión Europea pueden establecerse, trabajar y viajar a cualquier país de la Unión como ciudadanos de la Unión Europea.
  - Libertad de movimientos de mercancías: Las mercancías comunitarias, pueden ser transportadas libremente por todo el territorio de la Unión.
  - Libertad de movimientos de capitales: El movimiento del capital entre estados de la Unión está totalmente liberalizado.

4.- Aspectos Prácticos y Jurídicos del Comercio Exterior entre España, Perú y otros países miembros de la Comunidad Andina.

- "Integraciones Económicas"
  - ÁREA DE ARANCELES PREFERENCIALES
  - ÁREA DE LIBRE COMERCIO
  - UNIÓN ADUANERA
  - MERCADO COMÚN
  - UNIÓN ECONÓMICA
  - UNIÓN POLÍTICA
- Perú forma parte de la CAN, Comunidad Andina de Naciones (Perú, Bolivia, Colombia y Ecuador).
- Negociación entre la UE y la CAN para un acuerdo de libre mercado.

4.- Aspectos Prácticos y Jurídicos del Comercio Exterior entre España, Perú y otros países miembros de la Comunidad Andina.

- Vender desde Perú a España supone:
  - Exportar a la UE
  - Poder vender en 26 países además de en España

Países Unión Europea

1.- Reino de Bélgica, 2.- República de Bulgaria, 3.- República Checa, 4.- Reino de Dinamarca, 5.- República Federal de Alemania, 6.- República de Estonia, 7.- República de Irlanda, 8.- República Helénica, 9.- Reino de España, 10.- República Francesa, 11.- República Italiana, 12.- República de Chipre, 13.- República de Letonia, 14.- República de Lituania, 15.- Gran Ducado de Luxemburgo, 16.- República de Hungría, 17.- Malta, 18.- Reino de los Países Bajos, 19.- República de Austria, 20.- República de Polonia, 21.- República Portuguesa, 22.- Rumanía, 23.- República de Eslovenia, 24.- República Eslovaca, 25.- República de Finlandia, 26.- Territorio del Reino de Suecia, 27.- Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte.

4.- Aspectos Prácticos y Jurídicos del Comercio Exterior entre España, Perú y otros países miembros de la Comunidad Andina.

Comercio Bilateral Entre España Y Perú.

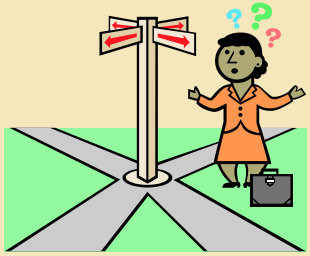
- Las relaciones comerciales entre la UE y Comunidad Andina* se rigen por el Sistema de Preferencias Generalizadas (SPG) comunitario que permite el acceso al mercado comunitario en condiciones preferenciales a los productos provenientes de países en vías de desarrollo (PVDs).
- ** La Comunidad Andina está formada por las Repúblicas de Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú.*
- www.comunidadandina.org

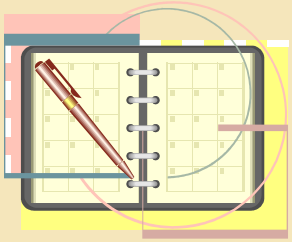
Comercio Bilateral Entre España Y Perú.

- Sistema de Preferencias Generalizadas (SPG)
  - **Régimen general** Este régimen general concede exención arancelaria para los productos no sensibles cubiertos por el SPG y una reducción de 3,5 puntos respecto al arancel normal para los sensibles, siendo esta reducción del 20% para los productos textiles y de la confección. Bajo las nuevas directrices, se amplía la cobertura de productos de este régimen.
  - **Régimen de estímulo** se basa en el concepto integral de desarrollo sostenible reconocido en los convenios e instrumentos internacionales. El SPG+ concede exención arancelaria para todos los productos cubiertos por el SPG originarios de aquellos países que ratifiquen y apliquen efectivamente una serie de Convenios internacionales sobre derechos humanos, laborales, medio ambiente y buen gobierno.
  - **Régimen EBA** (Everything but Arms) concede exención total de aranceles a todos los productos, menos las armas.

Temas

1. Plan de Negocio
2. Plan de Internacionalización
3. Plan Operativo de Exportación / Importación
4. Aspectos Prácticos Y Jurídicos España-Perú
5. **Área Aduanera y Transporte Internacional: Taric e Inconterms**





5- Área Aduanera y Transporte Internacional: Taric e Inconterms; Clasificación De Las Mercancías.

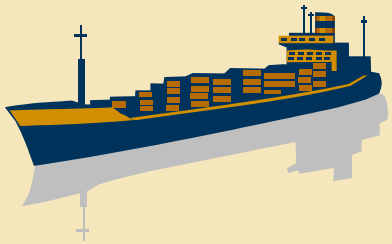
Productos Más Exportados E Importados

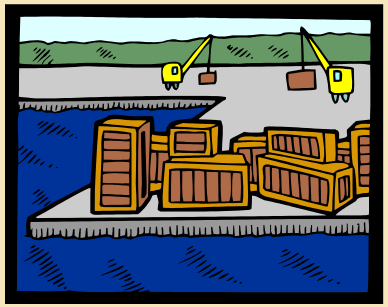
- Clasificación de las mercancías en la UE.

- El Sistema Armonizado: Se distribuyen según los reinos de la naturaleza: animal, o vegetal y mineral; a partir de ahí se van estructurando en materias y éstas en Capítulos. (Capítulo – Partida – Subpartida. Consta de seis dígitos.

- La Nomenclatura Combinada: Es una evolución del Sistema Armonizado como paso evolutivo a la creación del TARIC actual. Supone la incorporación de una nueva definición o especificación de los productos añadida a la Subpartida del Sistema Armonizado recibiendo la denominación de subpartida Nomenclatura Combinada. Consta de los dos dígitos que añadidos a los seis del SA resultan ocho dígitos.

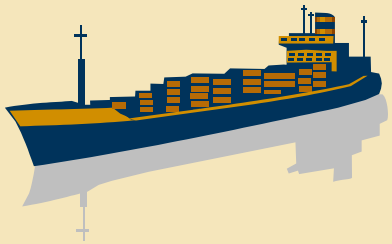
5- Área Aduanera y Transporte Internacional: Taric e Inconterms; Clasificación De Las Mercancías. Productos Más Exportados E Importados

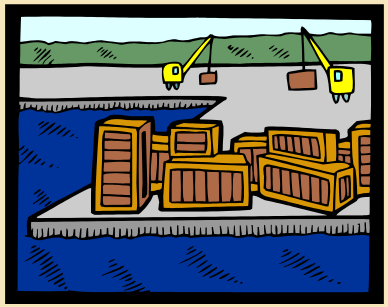




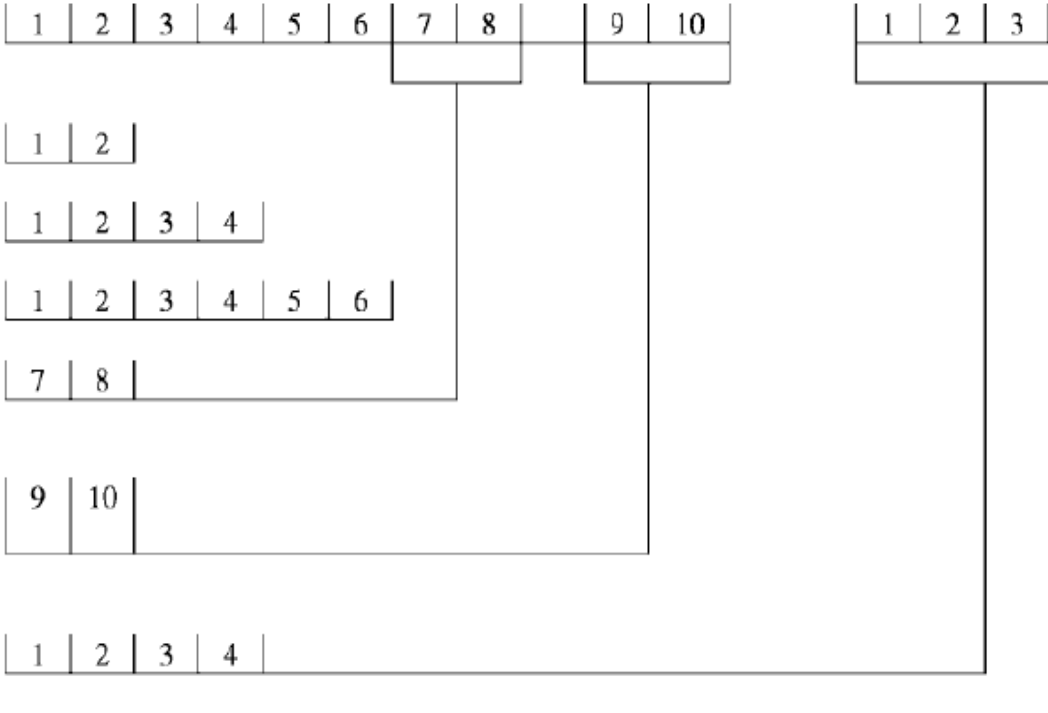
- El Taric: Es el Arancel integrado de las Comunidades Europeas y tiene como objetivo indicar las disposiciones normativas aplicables a un producto dado cuando éste se importe en el territorio aduanero de las Comunidades o, en determinados casos, sea exportado del mismo.

5- Área Aduanera y Transporte Internacional: Taric e Inconterms; Clasificación De Las Mercancías. Productos Más Exportados E Importados

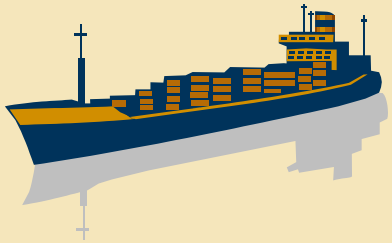


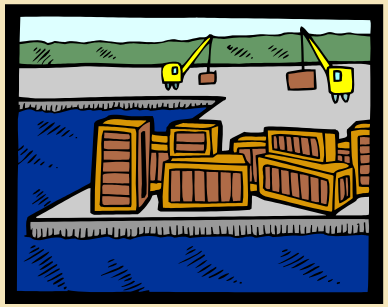


Estructura de los códigos y de los códigos adicionales TARIC



5- Área Aduanera y Transporte Internacional: Taric e Inconterms; Clasificación De Las Mercancías. Productos Más Exportados E Importados





- El BOE (Boletín Oficial del Estado) www.boe.es
- La Agencia Tributaria: **www.aeat.es**
- El Consejo Superior de Cámaras de Comercio www.camaras.org
- **http://aduanas.camaras.org/ Ejemplo de utilidad y funcionamiento de los Taric en la red. !!!Fundamental!!!**
- La Empresa www.taric.es

5- Área Aduanera y Transporte Internacional: Taric e Inconterms; Clasificación De Las Mercancías. Productos Más Exportados E Importados

- Clasificación de las mercancías en Perú.

  - El comercio exterior en Perú está completamente liberalizado. Los productos de alimentación, higiene y farmacéuticos deben contar con un "certificado de libre venta" extendido por las autoridades del país de origen, y además estar registrados en Perú.
  - El Arancel de Aduanas del Perú ha sido elaborado en base a la Nomenclatura Común de los Países Miembros de la Comunidad Andina (NANDINA), con la inclusión de subpartidas adicionales de conformidad a la facultad otorgada por el Artículo 4º de la Decisión 249 de la Comisión de la Comunidad Andina.

5- Área Aduanera y Transporte Internacional: Taric e Inconterms; Clasificación De Las Mercancías. Productos Más Exportados E Importados

- Clasificación de las mercancías en Perú.

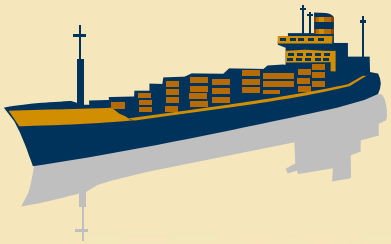
DIGITOS					DENOMINACION
1° 2°	3° 4°	5° 6°	7° 8°	9° 10°	
1° 2°					Capítulo
1° 2°	3° 4°				Partida del Sistema Armonizado
1° 2°	3° 4°	5° 6°			Subpartida del Sistema Armonizado
1° 2°	3° 4°	5° 6°	7° 8°		Subpartida NANDINA
1° 2°	3° 4°	5° 6°	7° 8°	9° 10°	Subpartida nacional

5- Área Aduanera y Transporte Internacional: Taric e Inconterms; Clasificación De Las Mercancías. Productos Más Exportados E Importados

- Clasificación de las mercancías en Perú.
  - PROMPEX; http://www.prompex.gob.pe/cd/getpartida.asp
  - E-CAMARA; http://www.e-camara.net/Sueltos/partidas.htm

5- Área Aduanera y Transporte Internacional: Taric e Inconterms; Clasificación De Las Mercancías. Productos Más Exportados E Importados

- Exportaciones España – Perú 2009
  - http://aduanas.camaras.org/
- Importaciones España – Perú 2009
  - http://aduanas.camaras.org/
- Estadísticas Comercio Exterior Perú.
- http://www.prompex.gob.pe/



5- Área Aduanera y Transporte Internacional: Taric e Inconterms; Barreras al Comercio Exterior

- A pesar del gran desarrollo del comercio exterior y del proceso de globalización en el que todas las naciones están inmersas existen unos obstáculos que impiden o dificultan la relación de intercambio de bienes, servicios y capitales. Estas barreras son establecidas por los países en función de sus intereses y objetivos
  - Barreras Políticas
  - Barreras Económicas o Arancelarias
  - Barreras Jurídicas o No Arancelarias
    - Contingentes a la importación
    - Restricciones voluntarias a la exportación
    - Barreras Técnicas

5- Área Aduanera y Transporte Internacional: Taric e Inconterms; Barreras al Comercio Exterior

- Barreras Técnicas
  - Normas fitosanitarias y veterinarias: De obligado cumplimiento para productos agrícolas y ganaderos.
  - Normas técnicas de producción de productos: Son las reglas de estandarización y calidad exigibles tanto en la producción como en el uso de los productos. Las normas UNE en España y las ISO en el ámbito internacional son las que determinan estas barreras.

5- Área Aduanera y Transporte Internacional: Taric e Inconterms; Barreras al Comercio Exterior

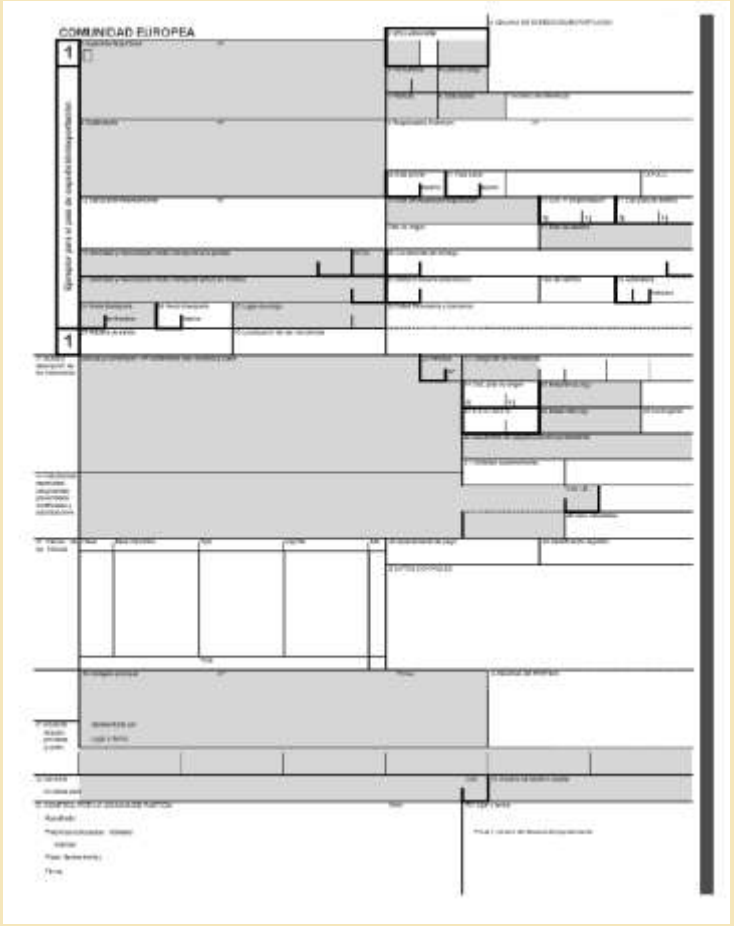
- Barreras Técnicas
  - Exigencias del material de etiquetado, envase y embalaje: El tratamiento de los envases y su reciclado, la obligatoriedad de la información de composición y de instalaciones de los productos tienen como finalidad la seguridad del consumidor, la protección del medio ambiente o la defensa del consumidor.
  - Barreras fiscales
- Búsqueda de barreras:
  - http://mkaccdb.eu.int/mkaccdb2/indexPubli.htm

5- Área Aduanera y Transporte Internacional: Taric e Inconterms; Despacho Aduanero.

- Las mercancías que entren en el territorio aduanero de la Comunidad serán presentadas en aduana por la persona que las introduzca en dicho territorio o, si procede, por la persona que se haga cargo de su transporte tras su introducción, salvo en el caso de las mercancías transportadas en medios de transporte que se limiten a atravesar las aguas territoriales o el espacio aéreo del territorio aduanero de la Comunidad sin hacer escala en él. La persona que presente las mercancías hará referencia a la declaración sumaria o a la declaración de aduanas presentada previamente en relación con las mercancías.
- DUA. Documento Único Aduanero. Documento de despacho.

5- Área Aduanera y Transporte Internacional: Taric e Inconterms; Despacho Aduanero.

- **Documentos que acompañan al DUA**
  - Factura Comercial
  - Packing List (Lista de bultos)
  - Certificado de Origen
  - Documento de Transporte
  - Documentos de autorización o de notificación. (material de defensa o doble uso; productos de la PAC, productos sujetos a restricciones contingentarias)
  - Documentos sanitarios
  - Documentos veterinarios
  - Cites
  - Homologaciones
  - Licencias
  - Calidad



EXPORTACIÓN DE MERCANCIAS

ART. 161 Código Aduanero
Procedimiento desarrollado en el Apéndice IV del resolución de 4 de diciembre de 2000

En la aduana de exportación

Presentación de la declaración de exportación:
- DUA

Documentación complementaria (anexo XIV circular de 4 de Diciembre de 2000):

- Factura Comercial
- Doc. relativos al transporte
- Autorizaciones Administrativas de Exportación
- Certificado de Exportación
- Licencias de Material de Defensa/DU
- Certificados PAC
- Certificados CITES, Sanidad
- Documentación PAC (Apéndice I de la Resolución de 4/12/2000)
- Etc.

Admisión y asignación a:

CIRCUITO NARANJA
Comprobación documental

CIRCUITO ROJO
Reconocimiento físico con/sin extracción de muestras

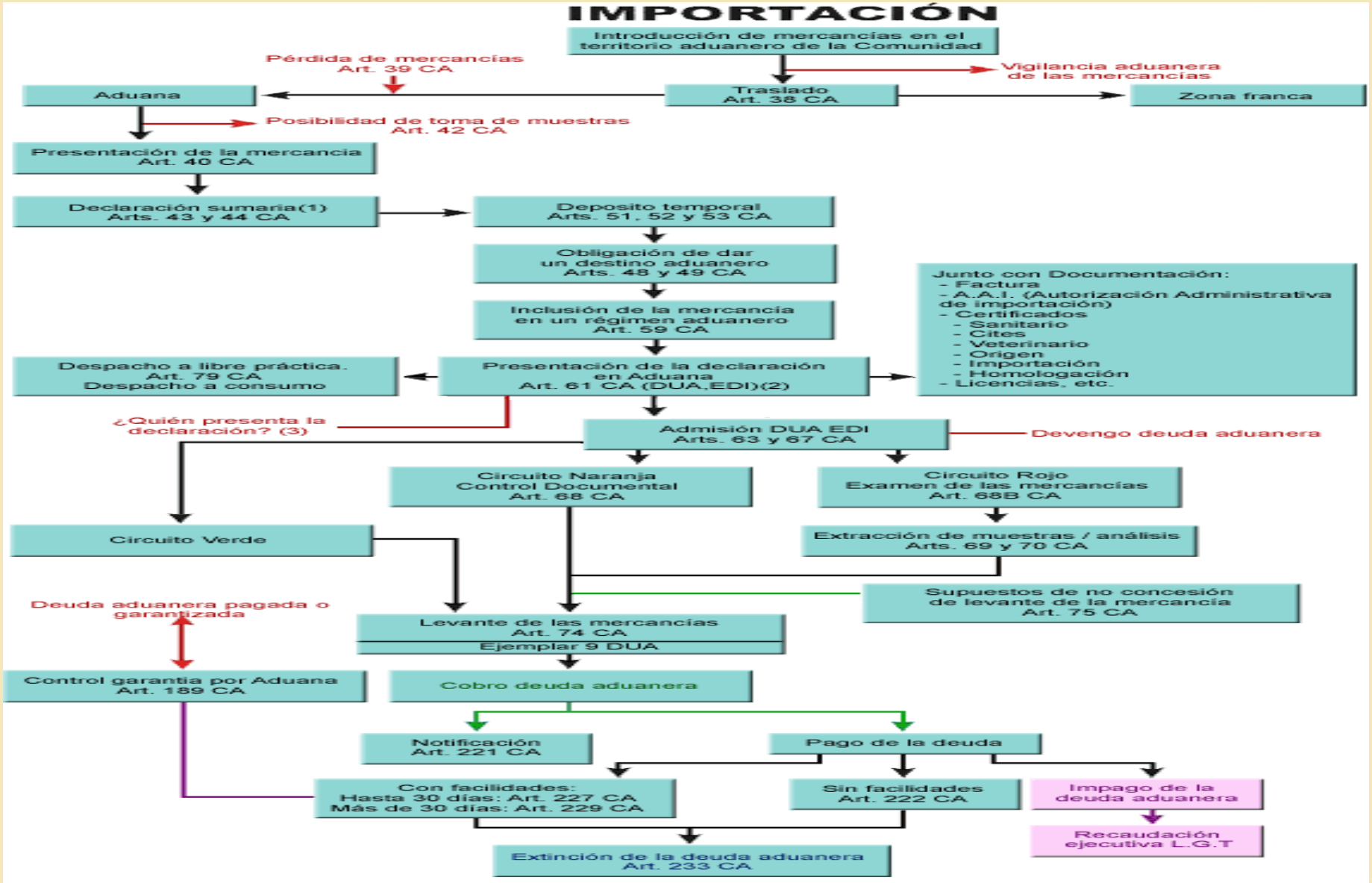
CIRCUITO VERDE
Sin comprobación ni reconocimiento

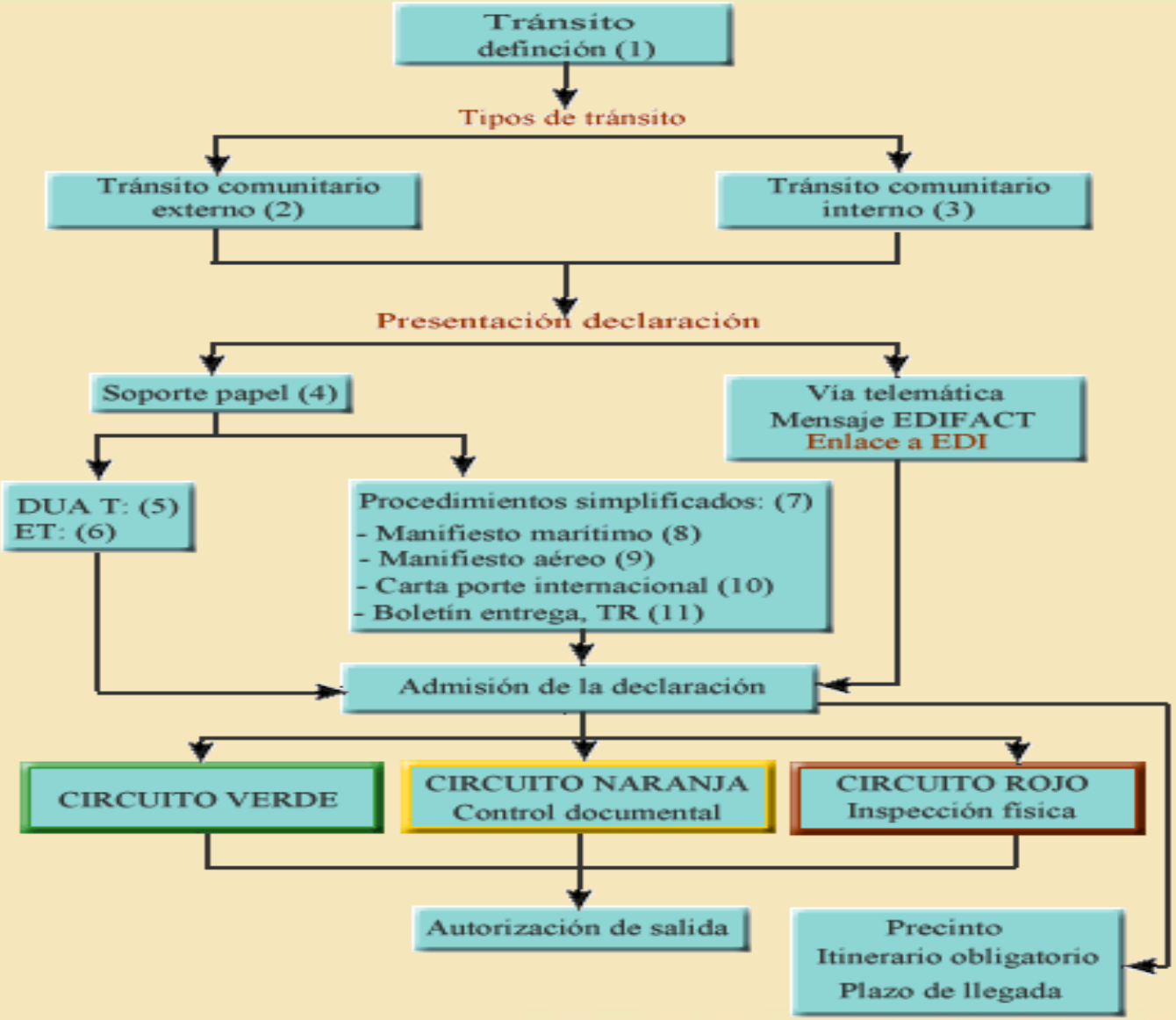
Expedición del levante que autoriza para exportar

Salida efectiva del territorio aduanero de la comunidad

Por la misma aduana de exportación (ejemplar 9 del DUA)

Por aduana distinta de la de exportación (ejemplar 3 del DUA
Art. 793 Reglamento de aplicación del código aduanero


IMPORTACIÓN
Introducción de mercancías en el territorio aduanero de la Comunidad
Pérdida de mercancías Art. 39 CA
Vigilancia aduanera de las mercancías
Aduana
Traslado Art. 38 CA
Zona franca
Posibilidad de toma de muestras Art. 42 CA
Presentación de la mercancía Art. 40 CA
Declaración sumaria(1) Arts. 43 y 44 CA
Deposito temporal Arts. 51, 52 y 53 CA
Obligación de dar un destino aduanero Arts. 48 y 49 CA
Inclusión de la mercancía en un régimen aduanero Art. 59 CA
Junto con Documentación:
- Factura
- A.A.I. (Autorización Administrativa de importación)
- Certificados
- Sanitario
- Cites
- Veterinario
- Origen
- Importación
- Homologación
- Licencias, etc.
Despacho a libre práctica. Art. 79 CA Despacho a consumo
Presentación de la declaración en Aduana Art. 61 CA (DUA,EDI)(2)
¿Quién presenta la declaración? (3)
Admisión DUA EDI Arts. 63 y 67 CA
Devengo deuda aduanera
Circuito Naranja Control Documental Art. 68 CA
Circuito Rojo Examen de las mercancías Art. 68B CA
Circuito Verde
Extracción de muestras / análisis Arts. 69 y 70 CA
Supuestos de no concesión de levante de la mercancía Art. 75 CA
Deuda aduanera pagada o garantizada
Levante de las mercancías Art. 74 CA
Ejemplar 9 DUA
Control garantia por Aduana Art. 189 CA
Cobro deuda aduanera
Notificación Art. 221 CA
Pago de la deuda
Con facilidades: Hasta 30 días: Art. 227 CA Más de 30 días: Art. 229 CA
Sin facilidades Art. 222 CA
Impago de la deuda aduanera
Recaudación ejecutiva L.G.T
Extinción de la deuda aduanera Art. 233 CA


Tránsito
definción (1)
Tipos de tránsito
Tránsito comunitario
externo (2)
Tránsito comunitario
interno (3)
Presentación declaración
Soporte papel (4)
Vía telemática
Mensaje EDIFACT
Enlace a EDI
DUA T: (5)
ET: (6)
Procedimientos simplificados: (7)
- Manifiesto marítimo (8)
- Manifiesto aéreo (9)
- Carta porte internacional (10)
- Boletín entrega, TR (11)
Admisión de la declaración
CIRCUITO VERDE
CIRCUITO NARANJA
Control documental
CIRCUITO ROJO
Inspección física
Autorización de salida
Precinto
Itinerario obligatorio
Plazo de llegada

5- Área Aduanera y Transporte Internacional: Taric e Inconterms; Despacho Aduanero. DEUDA ADUANERA.

- La deuda aduanera está compuesta de:
  - Arancel + IVA + II.EE.
- Para poder calcular la deuda aduanera es necesario determinar el valor en aduana de la mercancía:
  - Valor en aduana de la mercancía: El valor en aduana de las mercancías importadas será su valor de transacción es decir, el precio efectivamente pagado o por pagar por las mercancías cuando éstas se vendan para su exportación con destino al territorio aduanero de la Comunidad.

5- Área Aduanera y Transporte Internacional: Taric e Inconterms; Despacho Aduanero. DEUDA ADUANERA.

- Métodos de Valoración del Valor en Aduana:
  - Método principal: "El precio efectivamente pagado o por pagar hasta la frontera del país de importación"
  - Métodos secundarios
    - Valor de Transacción de Mercancías Idénticas
    - Valor de Transacción de Mercancías Similares
    - Método Deductivo o Procedimiento Sustractivo
    - Método del Coste de Producción.
    - Método del Último Recurso

5- Área Aduanera y Transporte Internacional: Taric e Inconterms; Despacho Aduanero. DEUDA ADUANERA.

El Arancel

- El Arancel es una barrera específica al comercio exterior. Generalmente es aplicado única y exclusivamente para la importación de productos dentro del Territorio Aduanero de la Comunidad sin embargo, también pueden existir aranceles a la exportación de productos cuando la Autoridad Aduanera lo considere oportuno por motivos de desabastecimiento del mercado interior de la Comunidad
- Tipos de Aranceles:
  - Tipo "Ad Valorem"
  - Tipo Específico
  - Tipo mixto
  - Tipo Compuesto
  - Imposición a Tanto Alzado

5- Área Aduanera y Transporte Internacional: Taric e Inconterms; Despacho Aduanero. DEUDA ADUANERA.

- Ejemplo:
  - Valor aduanero de la mercancía: 18.000 €
  - Arancel Ad Valorem: 10%:
  - Importe de arancel: 1.800 €
  - Deuda Aduanera con el IVA general del 16%:
  - Base imponible: 18.000 + 1.800 = 19.800
  - 16% IVA de 19.800 = 3.168
  - Deuda Aduanera: arancel (1.800) + IVA (3.168) + II.EE (0)* (solo llevan impuestos especiales: alcohol, tabaco e hidrocarburos).
- **TOTAL DEUDA ADUANERA: 4.968 €**

5- Área Aduanera y Transporte Internacional: Taric e Inconterms; INCOTERMS

- **Los *incoterms* (acrónimo del inglés *international commercial terms*, 'términos internacionales de comercio') son normas acerca de las condiciones de entrega de las mercancías. Se usan para dividir los costes de las transacciones comerciales internacionales, delimitando las responsabilidades entre el comprador y el vendedor, y reflejan la práctica actual en el transporte internacional de mercancías.**
- La Convención sobre contratos para la venta internacional de mercancías de las Naciones Unidas (en inglés, CISG, *U.N. Convention on Contracts for the International Sale of Goods*) en su Parte III «Venta de las mercancías» (artículos 25-88) describe el momento en que el riesgo sobre la mercancía se transfiere del vendedor al comprador, pero reconoce que, en la práctica, la mayoría de las transacciones internacionales se rigen de acuerdo con las obligaciones reflejadas en los incoterms.

5- Área Aduanera y Transporte Internacional: Taric e Inconterms;

INCOTERMS 2000 vs. 2010

- La CCI (Cámara de Comercio Internacional o ICC: *International Chamber of Commerce*) se ha encargado desde 1936 (con revisiones en 1953, 1980, 1990 y 2000) de la elaboración y actualización de estos términos, de acuerdo con los cambios que va experimentando el comercio internacional. Actualmente están en vigor los Incoterms 2000, plasmados en la Publicación CCI n.º 560.
- EXW – FCA - FOB – CNF - CIF
- http://eumed.net/cursecon/dic/incoterms.htm
- **http://www.incoterms-2010.com/incoterms-2010/incoterms-2010-ya-estan-aqui**

INCOTERMS 2000

Costes Riesgos Vendedor (V)

Costes Riesgos Comprador (C)

INCOTERMS	SIGLAS	Embalaje y verificación (Control, Calidad, Medida, Peso, etc.)	Carga (Camión, Vagón, Llenado Contenedor en Fábrica o Almacén)	Transporte Interior De Fábrica a Puerto, Aeropuerto o Terminal, Contenedores, Grupajes, etc.	Formalidades Aduaneras Export.	Costes Manipulación Mercancía Puerto, Aeropuerto, Terminal TIR, Terminal Grupaje, Contenedores, Almacén y Frontera	Transporte Principal	Seguro Mercancía. Seguro Transporte.	Coste Manipulación Puerto, Aeropuerto, Terminal TIR, Terminal Grupaje, Contenedores, Almacén y Frontera	Formalidades Aduaneras Import.	Transporte Interior Del Puerto, Aeropuerto, TIR, Terminal, Contenedores a Fábrica Almacén.	Recepción o Descarga En Fábrica, Almacén, Terminal de Contenedores	Modalidad Transporte M. Marítimo. T. Terrestre. P. Polivalente.
Ex Works En fábrica	**EXW**	V	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	P
Free Carrier named place Franco transportista (lugar convenido)	**FCA**	V	V	V	V	C	C	C	C	C	C	C	P
Free Alongside Ship (Named port of shipment) Franco al costado del Buque	**FAS**	V	V	V	V	V/C	C	C	C	C	C	C	M
Free On Board (Named port of shipment) Franco a Bordo (puerto de carga convenido)	**FOB**	V	V	V	V	V	C	C	C	C	C	C	M
Cost and Freight (Named port of destination) Coste y Flete (puerto de destino convenido)	**CFR**	V	V	V	V	V	V	C	C	C	C	C	M
Cost, Insurance and Freight (Named port of destination) Coste, Seguro y Flete (puerto de destino convenido)	**CIF**	V	V	V	V	V	V	V	C	C	C	C	M
Carriage Paid to (Named place of destination) Transporte pagado hasta (lugar de destino convenido)	**CPT**	V	V	V	V	V	V	C	V	C	V	C	P
Carriage and Insurance Paid to (Named place of destination) Transporte y Seguro Pagados hasta (lugar de destino convenido)	**CIP**	V	V	V	V	V	V	V	V	C	V	C	P
Delivered at Frontier (Named place) Entregado en Frontera (lugar convenido)	**DAF**	V	V	V	V	V/C	V/C	V/C	C	C	C	C	P
Delivered Ex Ship (Named port of destination) Entregada sobre Buque (puerto de destino convenido)	**DES**	V	V	V	V	V	V	V	C	C	C	C	M
Delivered Ex Quay (Named port of destination) Entregada en Muelle (puerto de destino convenido)	**DEQ**	V	V	V	V	V	V	V	V	C	C	C	M
Delivered Duty Unpaid (Named port of destination) Entregada Derechos no Pagados (lugar de destino convenido)	**DDU**	V	V	V	V	V	V	V	V	C	V	C	P
Delivered Duty Paid (Named port of destination) Entregada Derechos Pagados (lugar de destino convenido)	**DDP**	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	C	P

Santander

Asociación Española de Consultores de Comercio Exterior

MARÍA JOSÉ LÓPEZ ARIAS

MUCHAS GRACIAS

Valencia, 17 de Julio de 2010