



CULTURA EMPRENDEDORA Y EMPRESA FAMILIAR

Aspectos jurídicos y logísticos

Juan A. Sirvent Mavit

Granada, 18 de Noviembre de 2014



ugr

Aspectos jurídicos

La compra-venta internacional

La compra-venta internacional es el acuerdo entre dos empresas situadas en distintos países.

Se puede materializar de dos formas:

- A través de un contrato.
- Mediante una orden de pedido.
 - Demanda de información.
 - Oferta.



ugr

Aspectos jurídicos

Contrato de compraventa internacional



ugr

Aspectos jurídicos

Finalidad:

La compraventa internacional es un acuerdo entre empresas con domicilios fiscales en países diferentes, mediante el cual una parte (el vendedor) se compromete a entregar a la otra (el comprador) unas mercancías o a prestar un servicio, en un lugar convenido, en un plazo determinado de tiempo y a un precio pactado.

El contrato regulará este acuerdo.



ugr

Aspectos jurídicos

- **No existe un modelo internacional.**
- **Convenio de Viena 1980 (España en 1990).**

Emisores Competentes:

Comprador y vendedor.

Deberán **negociar** los términos.



ugr

Aspectos jurídicos

Convenio de Viena

Se regula exclusivamente:

- **Formación del contrato.**
- **Transmisión de los riesgos.**
- **Derechos y obligaciones de las partes.**



ugr

Aspectos jurídicos

Negociación

**La negociación es el acuerdo
de las condiciones, de una
transacción comercial,
previas a un Contrato**



ugr

Aspectos jurídicos

Convenio de Viena

- No se regula:
 - Precio
 - Condiciones de entrega.
 - Validez del contrato.
 - Reserva de dominio.
 - Zona.
 - Exclusividad.
 - Jurisdicción.
 - Etc.



ugr

Aspectos jurídicos

**Es negocio cuando
las dos partes
salen ganando**



ugr

Aspectos jurídicos



En busca del equilibrio



ugr

Aspectos jurídicos

Desequilibrio negociador



Exportador

Distribuidor



ugr

Aspectos jurídicos

Factores que condicionan las relaciones

- **La cultura**
 - Alto y bajo contexto.
 - Rapidez en las comunicaciones.
 - Puntualidad en las entregas.
- **El tamaño**
 - Poder de negociación.
 - Organización departamental.



ugr

Aspectos jurídicos

Fases estratégicas



ugr

Apertura de mercado

Fase estratégica



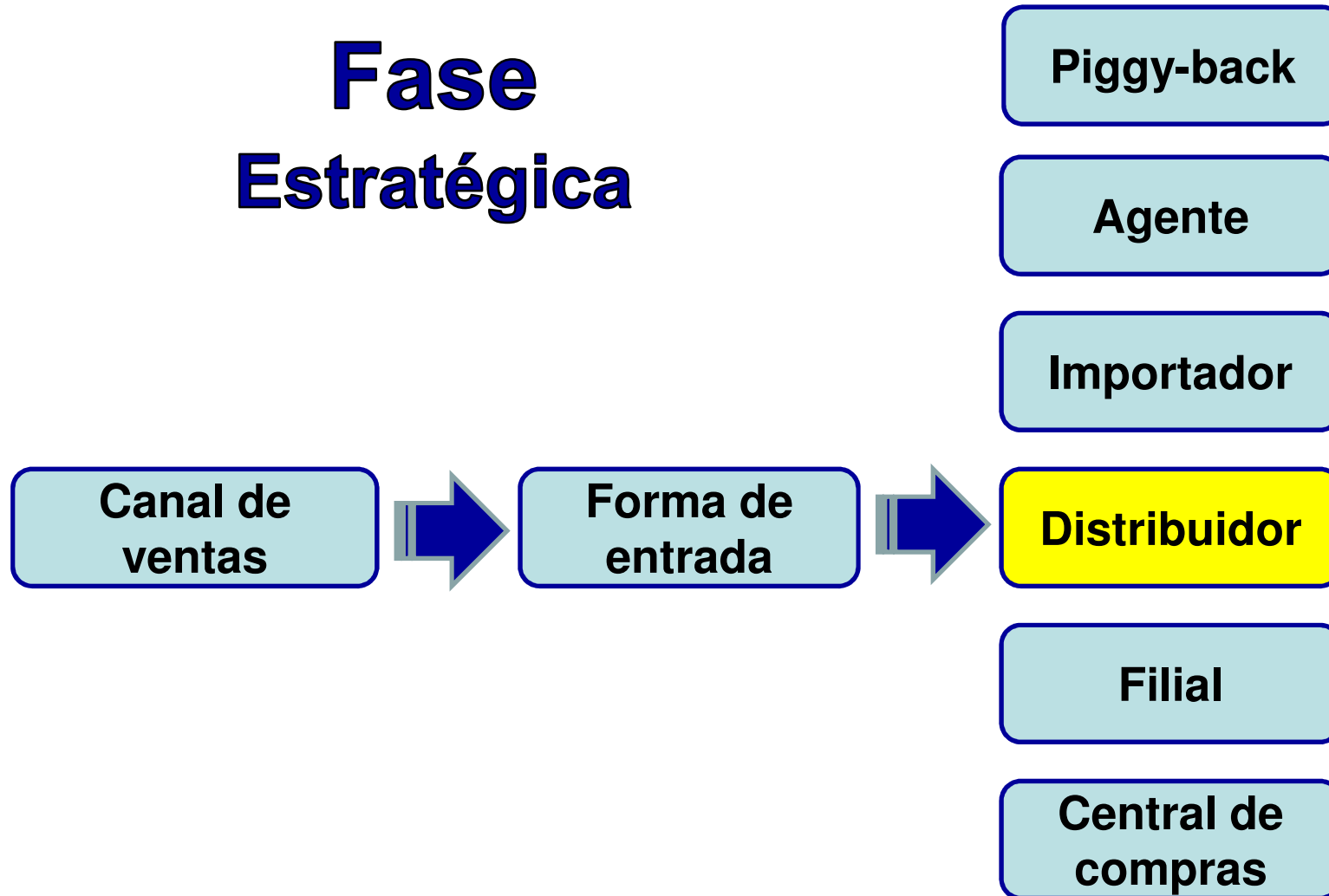


ugr

Apertura de mercado

Forma de entrada

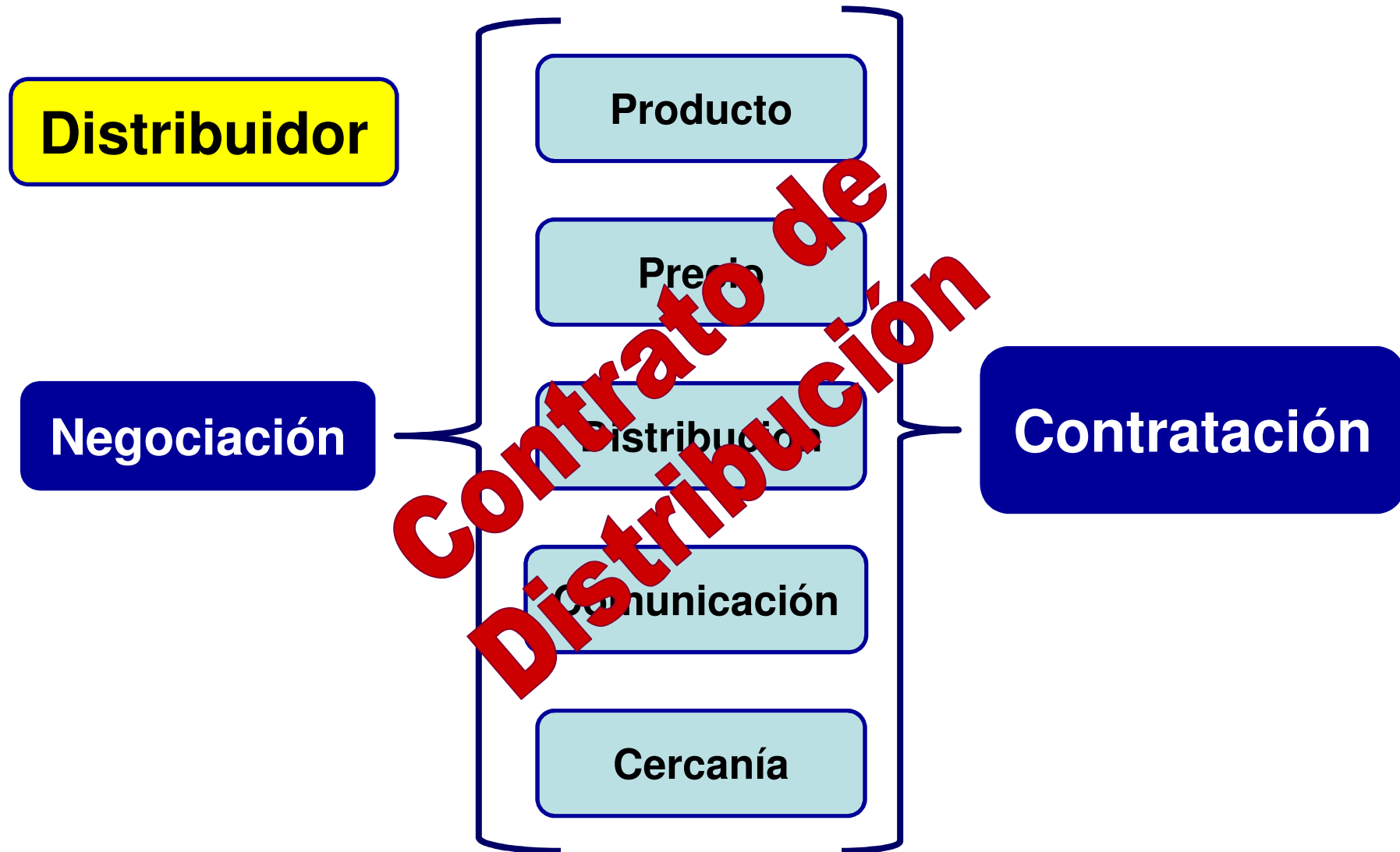
Fase Estratégica





ugr

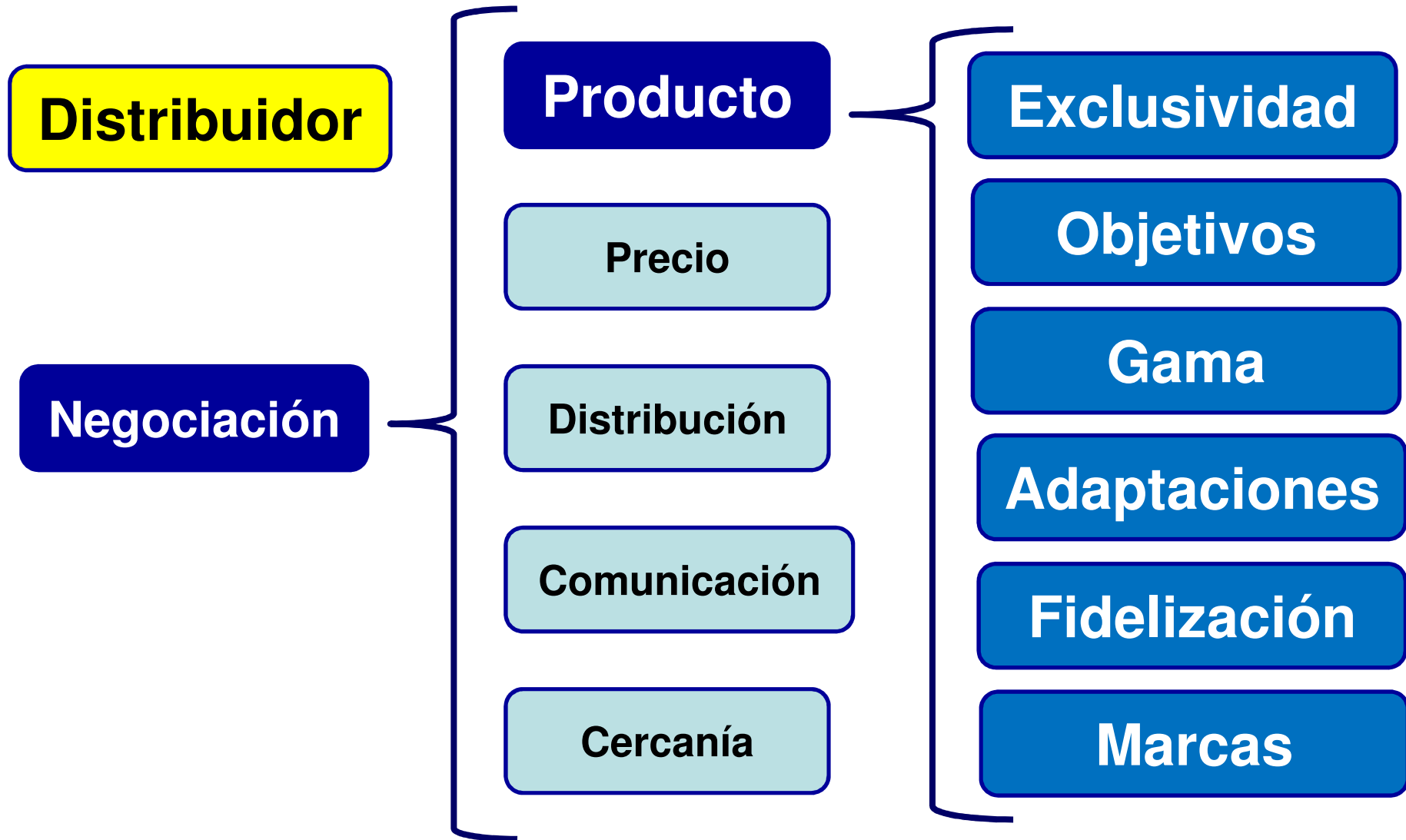
Negociando el contrato





ugr

Negociando el contrato





ugr

Negociando el contrato

LA EXCLUSIVIDAD

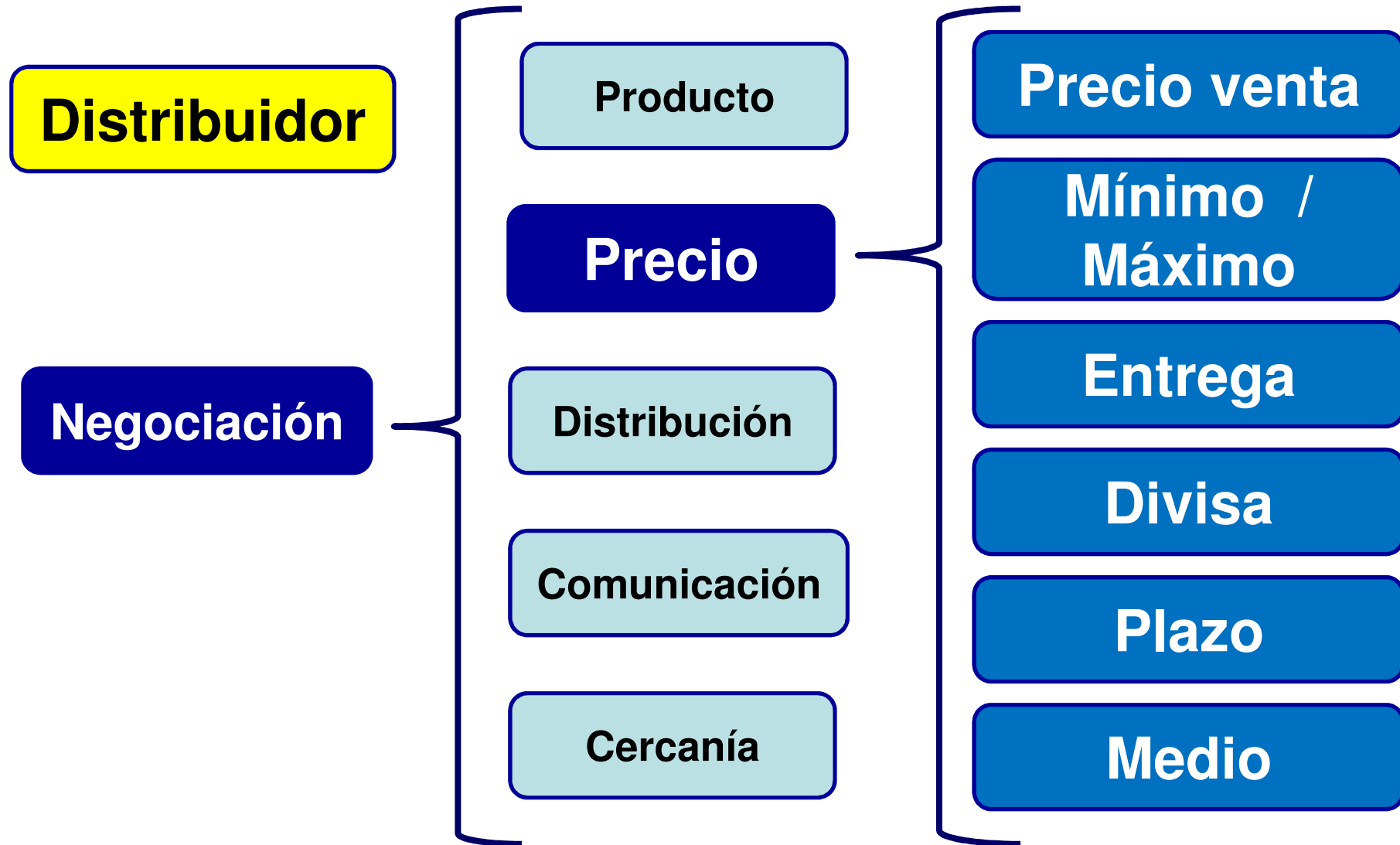
Siempre recíproca y
condicionada

- **Objetivos de ventas**
- **Tiempo de duración**
- **Zona de aplicación**
- **Mercado**
- **Etcétera**



ugr

Negociando el contrato





ugr

Negociando el contrato

Precio

Divisa de pago

¿CON QUÉ?

Euros
Dólares
Otras divisas
Compensación

Fecha de pago

¿CUANDO?

Anticipado
Contado
A crédito

**ENTREGA
(INCOTERMS)**

Medio de pago

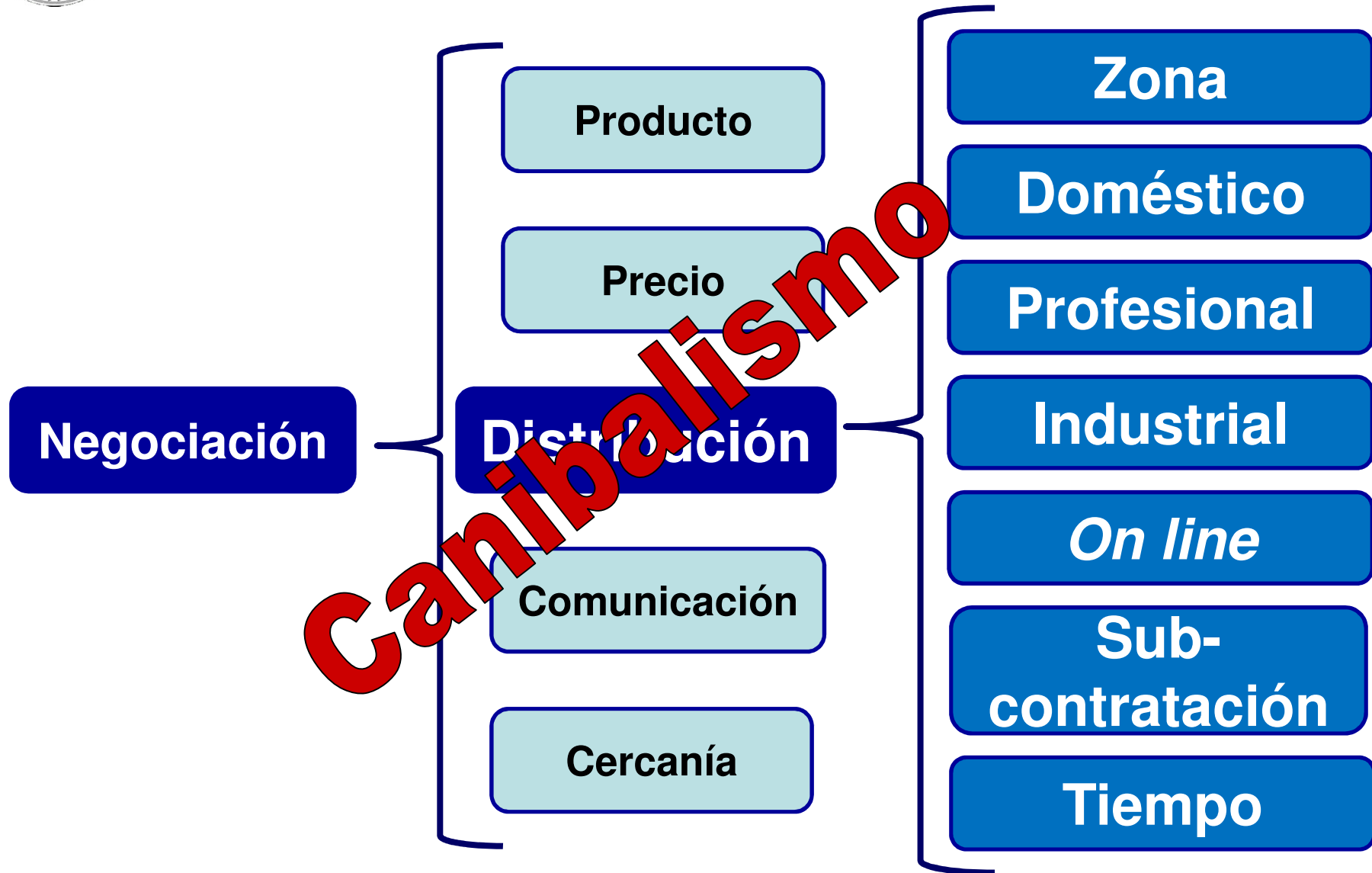
¿CÓMO?

Pago efectivo
Cheque bancario
Contra reembolso
Pago electrónico
Remesa simple
Remesa document.
Crédito docum.



ugr

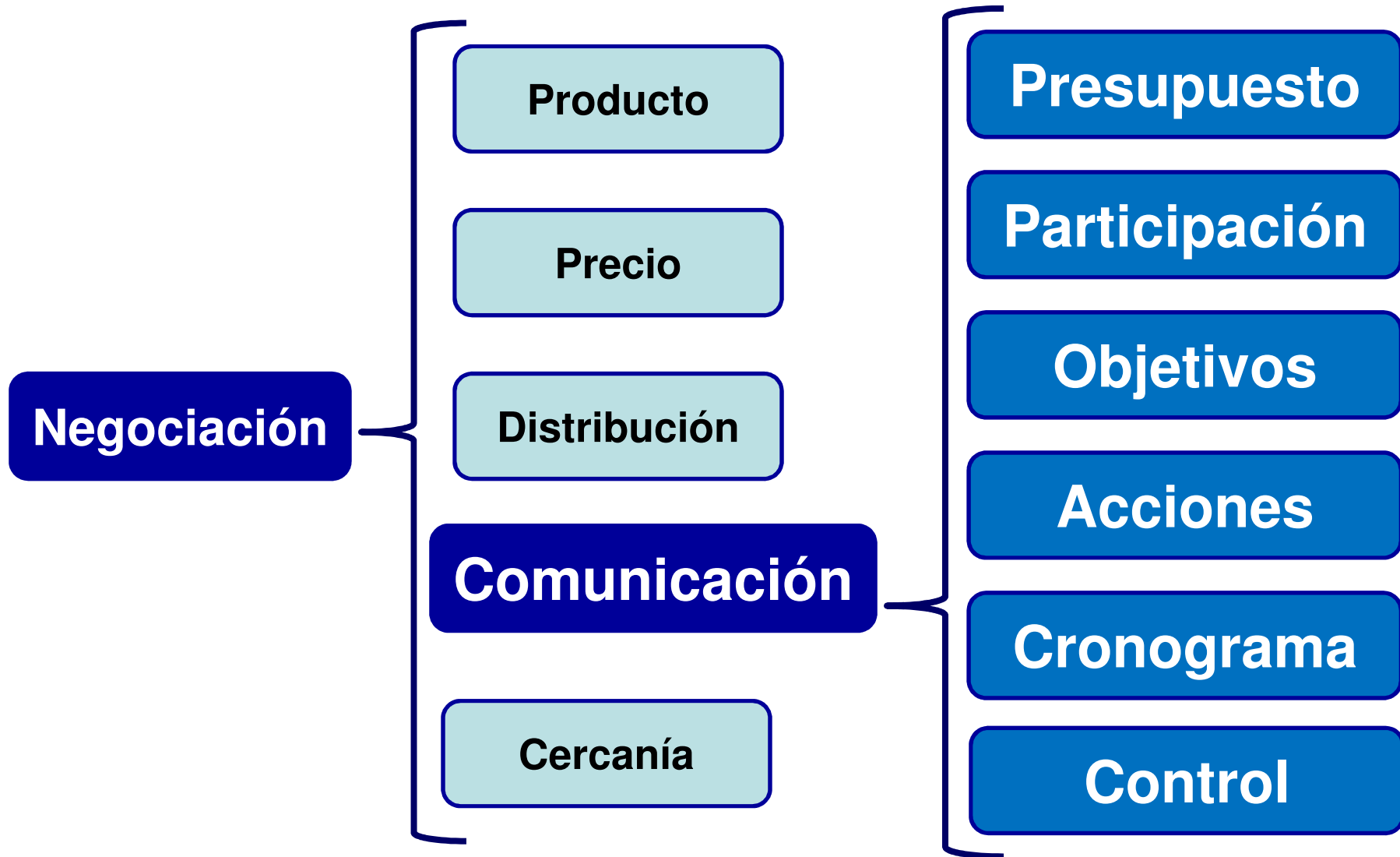
Negociando el contrato





ugr

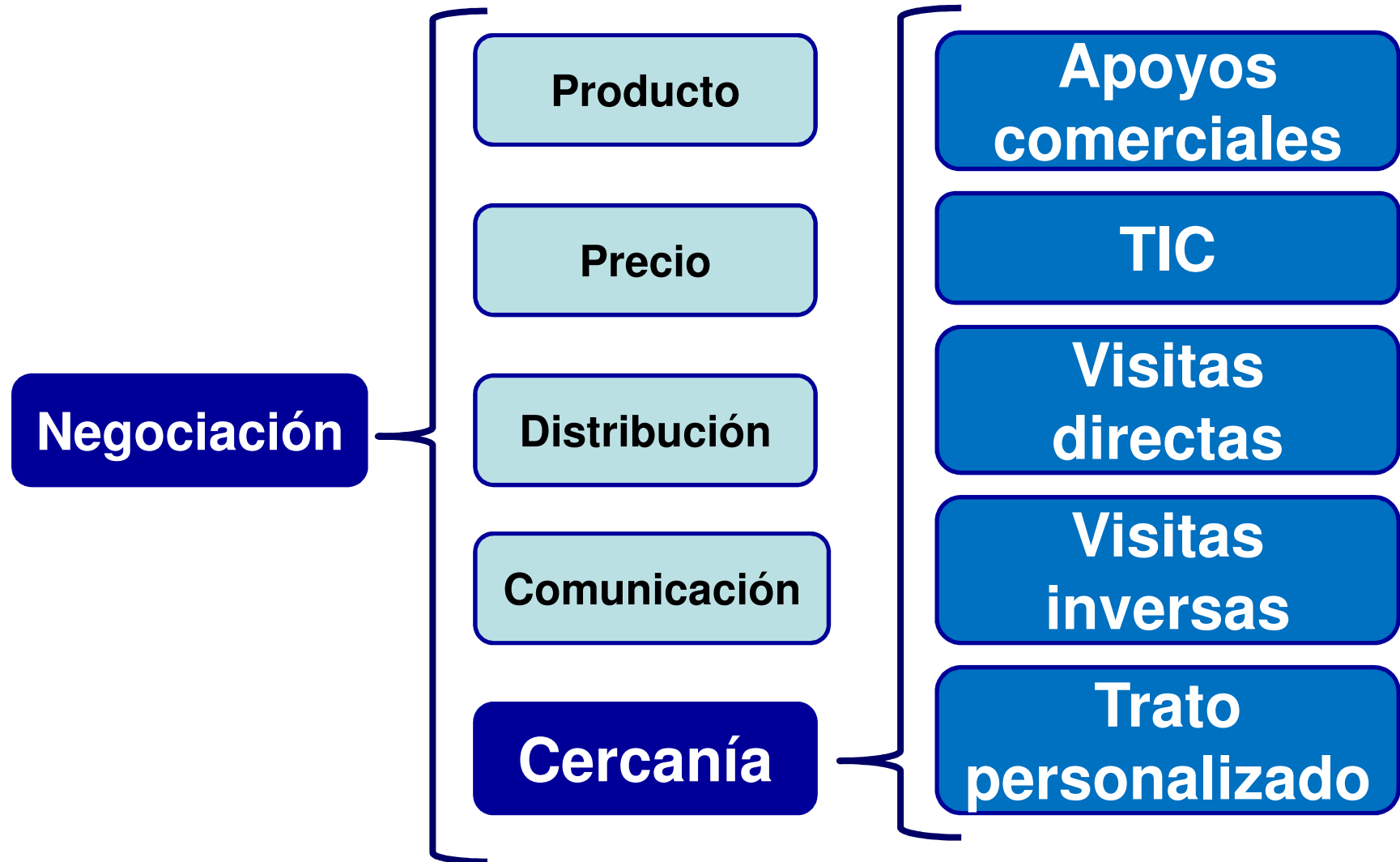
Negociando el contrato





ugr

Negociando el contrato





ugr

Negociando el contrato

Producto

ATRIBUTOS TANGIBLES

Composición
Calidad
Diseño
Envase
Embalaje
Etiqueta

ATRIBUTOS INTANGIBLES

Marca
Origen
Financiación
Garantías
Servicio al cliente

ADAPTACIÓN

NORMATIVA
LEGAL

CARACTERÍSTICAS
DEL MERCADO



ugr

Negociando el contrato

Normas y hábitos culturales





ugr

Negociando el contrato

Hay que tener en cuenta...

Las diferencias culturales



ugr

Diferencias culturales

Lo correcto o apropiado se determina según los valores y las tradiciones de cada cultura

Occidente	Oriente
Bienes materiales	Ausencia de necesidades
EE. UU. / Brasil	Oriente
Joven	Tradicional
Alemania / Japón	Mediterráneo
Ahorro	Consumo
Oriente	Judíos y árabes
La Ley	Kosher y Halal
Anglosajones	Latinos
Bajo contexto	Alto contexto



ugr

Diferencias culturales

Los hábitos de consumo están condicionados por las costumbres, la cultura y las características personales de los compradores

Italia	Reino Unido
2 kilos de chocolate	8 kilos de chocolate
75 litros de vino	18 litros de vino

España	Asturias
22 litros de vino	47 litros de vino

Reino Unido	España
Envases panadería de colores	Transparentes

Norte de Europa	Sur de Europa
Música	Baile



ugr

Diferencias culturales

El significado de los colores Según el país.

País	ROJO	AZUL	VERDE	AMARILLO	BLANCO
EE.UU.					
Francia					
Egipto					
India					
Japón					
China					



ugr

Diferencias culturales

Diferencias lingüísticas

200 países	Bélgica /Canadá	Suiza	China
3.000 idiomas	2 idiomas	3 idiomas	8 idiomas

Jóvenes europeos entre 16 y 24 años (excepto británicos)
Sólo 12% habla inglés con fluidez

Mismo idioma / distinto país
Argot, giros lingüísticos, expresiones, modismos, etc.



ugr

Diferencias culturales

El idioma es el principal soporte de la cultura y el sistema de comunicación universal.

**Instrumento indispensable
de la negociación**



ugr

Diferencias culturales

Conservas de pescado en Miami

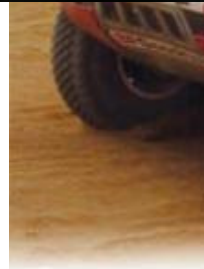




ugr

Diferencias culturales

El **Mitshubishi Pajero** (**Montero** en países hispanohablantes y **Shogun** en el Reino Unido)





ugr

Diferencias culturales

Nissan

Japón empieza a recibir en estos días los primeros **MOCO** fabricados por Suzuki para Nissan.





ugr

Diferencias culturales

Mazda Laputa





ugr

Diferencias culturales





ugr

Diferencias culturales

Agua de Guadalajara

مياه واد الحياره

Agua del río de la mierda

مياه واد الخراء

Agua del río de los confundidos



ugr

Aspectos logísticos

Documentos comerciales

Factura

Importe de la mercancía
Importe del transporte
Importe del seguro

Empresa

Lista de contenidos (*Packing list*)

Transporte

Embalaje

Unidad de transporte

Contenedores

Tramites aduaneros

DUA

EUR

DV

Seguro

Transportista

Transitario
Agencia de Aduanas
Compañía de Seguros



ugr

Las condiciones de entrega

Transporte internacional de mercancías.

Accidentes.

Robos.

Pérdidas.

Deterioros.

¿Quién asume los **riesgos**?



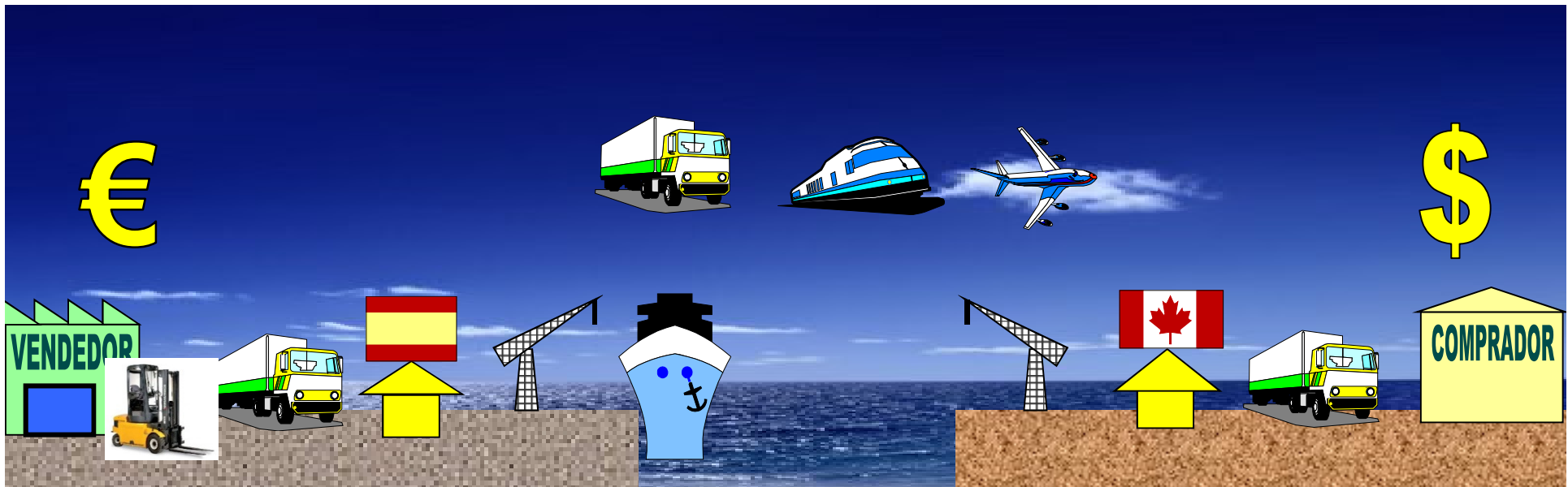
ugr

Las condiciones de entrega

40

EXW FCA FAS FOB CFR CIF CPT CIP DAT DAP DDP

Responsabilidades que asume el exportador





ugr

INCOTERMS

International COmmercial TERMS





ugr

INCOTERMS

International COmmercial TERMS

Negociación en la entrega

Criterios:

- Conocimientos y posibilidades
- Economía
 - Precio del transporte
 - Seguro de mercancías
- Eficacia
 - Rapidez
 - Seguridad
- Fiabilidad
 - Seguro de mercancías
 - Vehículo de transporte
 - Agencia de transportes

En busca de la competitividad



ugr

Negociación

Tribunales
Arbitraje
Mediación





ugr

Negociación

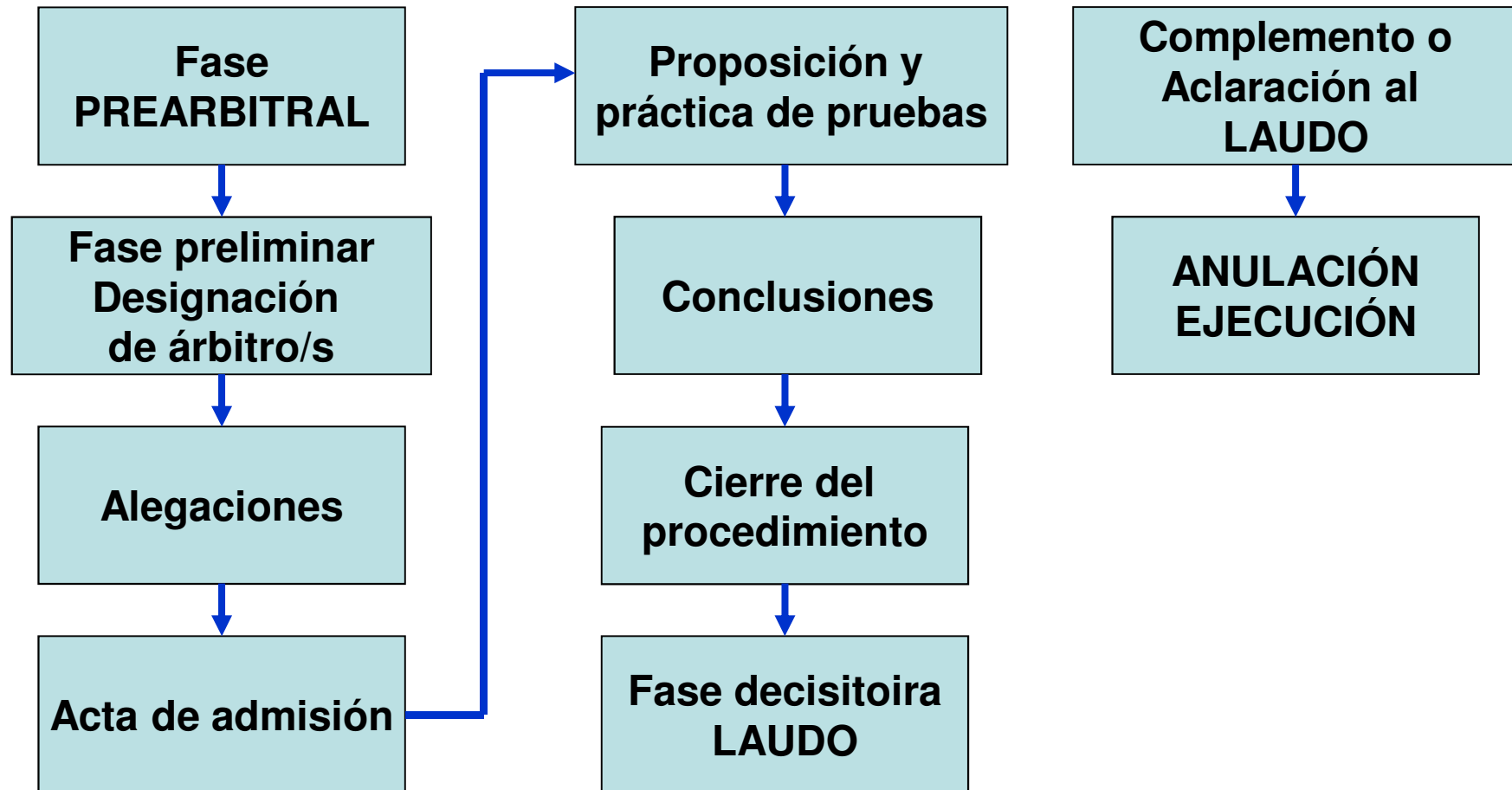
TRIBUNALES		ARBITRAJE	MEDIACIÓN
Sistema general		Voluntario y excluyente	Voluntario, no excluyente
Juez predeterminado por ley		Elección del árbitro.	Elección del mediador
Procedimiento judicial estandarizado. Rapidez, lentitud		Flexibilidad y rapidez	
Publicidad del proceso. Confidencialidad.		Privacidad, confidencialidad, neutralidad	
El Juez dirige el procedimiento		Las partes, junto al arbitro/mediador, dirigen y participan en el procedimiento	
Imposible calcular los costes		Cuantías predeterminadas desde el inicio	
Dicta medidas cautelares		Dicta medidas cautelares con la judicatura	No previsto
Plazos indeterminados		Plazo: 6 meses + 2 prórroga	6 + 1
Sentencia recurrible Ejecutable última inst.	Única instancia sin apelación, definitivo, irrevocable, ejecutable.		Proyecto de Ley UE: directamente ejecutable
Escasa cobertura internacional, salvo comunitaria		Amplia cobertura de convenios. Nueva York 1958	Proyecto de Ley UE:



ugr

Negociación

Fases del arbitraje





ugr

Arbitrajes

Centro de Arbitraje y Mediación Internacional de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) 34, Chemin des Colombettes - P.O. Box 18

1211 Ginebra 20. Suiza

Tel. 00 41 227 309 111

Fax 00 41 227 403 700

arbiter.mail@wipo.int

Club Español del Arbitraje

C/ Mariano de Cavia, 1, esc. izda. - 1º dcha.
28007 Madrid

Corte de Arbitraje de Madrid de la Cámara de Comercio e Industria de Madrid

C/ Ribera del Loira, 56-58

28042 Madrid

Tel. 915 383 585

Corte Española de Arbitraje

C/ Ribera del Loira, 12

28042 Madrid

Tel. 915 906 900

Fax 915 906 908

arbitraje@cscamaras.es



CULTURA EMPRENDEDORA Y EMPRESA FAMILIAR

Aspectos jurídicos y logísticos

Juan A. Sirvent Mavit

Granada, 18 de Noviembre de 2014