



Guía práctica para la exportación de carne de vacuno autóctono de calidad



Cualquier opinión contenida en este documento es responsabilidad exclusiva de la Organización Interprofesional de la Carne de Vacuno Autóctono de Calidad, OIVAC y no representa la opinión del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.



Índice

1. Prólogo de la guía_2

- 1.1 Introducción_2
- 1.2 Objetivos de la guía_5

2. Balance actual de la exportación en el sector vacuno de carne en España: Principales características y cifras actuales del sector_6

3. ¿Por qué comenzar a exportar carne de vacuno con calidad diferenciada? La razón está en la calidad del producto_10

- 3.1. La Calidad Diferenciada de la Carne de Vacuno en España_10
- 3.2. Trazabilidad y Seguridad Alimentaria_12
- 3.3. Raza autóctona, Bienestar animal y Medio ambiente_14

4. Primeros pasos para exportar carne de vacuno con calidad diferenciada_15

- 4.1. ¿Qué es exportar?_15
- 4.2. La decisión de exportar_16

5. Trámites documentales para exportar carne de vacuno con calidad diferenciada_22

6. Aspectos importantes de la exportación de animales vivos y otros productos de origen animal_27

7. Ejemplo práctico de exportación de carne de vacuno autóctono de calidad diferenciada_30

8. ¿Dónde busco apoyo? Organismos de referencia internacional, nacional y autonómica_33





01. PRÓLOGO DE LA GUÍA

1.1 Introducción

En 1998, el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente reconoció a la Interprofesional de la Carne de Vacuno Autóctono de Calidad (INVAC) como Organización Interprofesional Agroalimentaria. Por ello, desde 1998 llevamos trabajando día a día defendiendo y dando a conocer aquellas carnes de vacuno españolas ligadas a razas autóctonas, promoviendo tanto en el propio sector como entre los consumidores una “*Cultura de la Carne*” ligada a un conocimiento de nuestras razas de vacuno.

A lo largo de todos estos años de andadura, la labor de INVAC se ha fundamentado en tres pilares esenciales, como son la representación del sector vacuno de carne de calidad diferenciada, la investigación y el desarrollo, y la promoción. Este año queremos dar continuidad a nuestra labor comprometida para y por el sector, teniendo en cuenta que la actualidad se caracteriza por la incertidumbre ocasionada por

los bajos precios de la carne, el incremento del coste de las materias primas y los efectos de la crisis económica, aspectos que han retraído gravemente el consumo de carne de vacuno en España. Por ello, **se hace necesario que los ganaderos y operadores accedan a nuevas alternativas de comercialización que den continuidad a la viabilidad del sector y refuercen su competitividad en el mercado.**

Las marcas de calidad certificada con características diferenciales de calidad suponen una alternativa frente a producciones cárnicas con mero etiquetado obligatorio y, que por encima del marco legal reglamentario, realizan una serie de controles adicionales que suponen un valor añadido y una capacidad para generar mayor confianza en el consumidor. Todas aquellas carnes de calidad diferenciada, ya sean aquellas que cuentan con sello europeo de Indicación Geográfica Protegida (IGP) o las que tienen

Marca de Garantía, tienen asentados índices de comercialización dentro de nuestras fronteras, especialmente en sus zonas de origen, por el reconocimiento y valor que le otorgan los consumidores de esas regiones. Las actuales estrategias de mercado demandan productos de calidad pero, sobre todo, un valor añadido en el producto, por lo que la comercialización de estas carnes de vacuno fuera de nuestras fronteras es una gran oportunidad para reforzar las estructuras que las comercializan, y mejorar su competitividad accediendo a nuevos mercados con un producto que tiene una calidad destacada e inquestionable.

Esta Guía práctica asienta las bases para iniciar la actividad exportadora de la carne de vacuno autóctono de calidad diferenciada y constituye una herramienta útil para las asociaciones representativas de

empresas de transformación y comercialización de este sector integradas en INVAC, y para todos aquellos operadores comerciales que las integran.

Esperamos que esta información sea de interés para este sector clave de la ganadería y gastronomía española, con la finalidad de aumentar y reforzar su competitividad en el futuro, preservando siempre su compromiso de ofrecer un producto de elevada calidad ligado a una producción en extensivo que favorece la conservación de la biodiversidad, ya que emplea razas autóctonas y de medio ambiente.

Desde INVAC deseamos que esta Guía práctica les ayude a dar los primeros pasos para exportar.

José María Molina Sánchez - Herruzo
Presidente de INVAC

1.2 OBJETIVOS DE LA GUÍA

INVAC está integrada por asociaciones de productores y comercializadores de carne de vacuno procedentes de razas autóctonas reconocidas y sometidas a procesos de control de calidad, que trabajan en un modelo europeo de producción en el cual los ganaderos y los agentes de la cadena alimentaria son productores de alimentos sanos, seguros y producidos en explotaciones respetuosas con el medio ambiente y el bienestar de los animales. Por este motivo, INVAC lleva a cabo acciones de promoción que tienen como finalidad dar el mayor conocimiento del valor añadido de estas carnes de calidad diferenciada, que ayuda a crear una tendencia de consumo de la carne de calidad.

El presente documento, supone una **guía básica para la exportación de carne de vacuno autóctono de calidad diferenciada**, que pretende ser una ayuda para los operadores que la comercializan y que desean comenzar su actividad desarrollando un proyecto exportador. Esta herramienta ha sido creada **para resolver las dudas en materia de exportación que puedan existir entre los operadores comerciales que forman parte de los consejos reguladores y marcas de garantía interesadas en este sector.**



2. BALANCE ACTUAL DE LA EXPORTACIÓN EN EL SECTOR VACUNO DE CARNE EN ESPAÑA

Principales características y cifras actuales del sector.

Dentro del sector cárnico español, la exportación de bovino ha representado en 2011 el 10.5 % en valor con respecto al resto de exportaciones del sector cárnico.

En la actualidad, tanto en volumen como en valor, **la carne fresca o refrigerada es el principal producto de exportación dentro del sector vacuno de carne**, con 91.787 toneladas y 308 millones de euros, seguido de la carne congelada, con 29.649 toneladas y 92 millones de euros en 2011 (Cuadro 1), en progresión a lo largo de los dos últimos años. El precio promedio

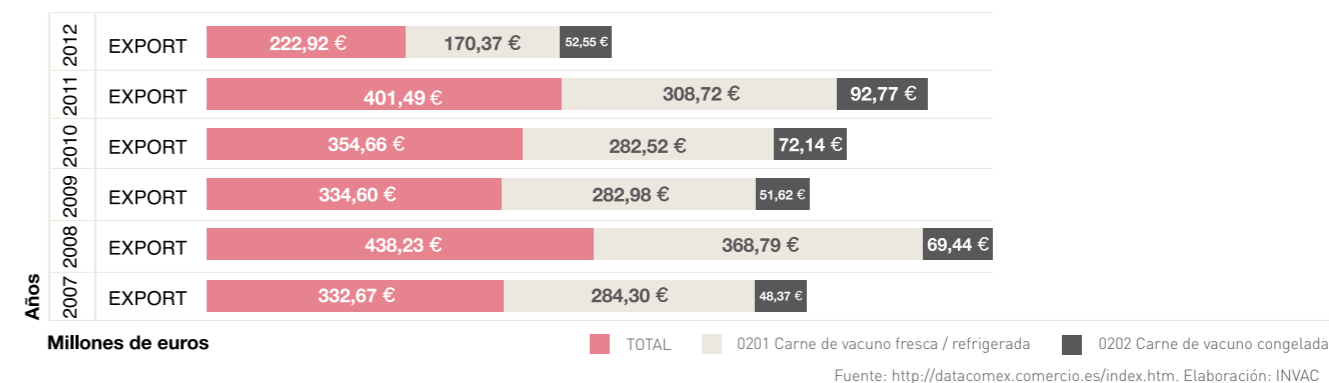
de la carne fresca exportada fue de 3.363 euros/kg, y de la carne congelada, de 3.128 euros/kg.

La exportación de carne de vacuno refrigerada como congelada **se realiza principalmente a países de la Unión Europea**, siendo en 2011 un 91% las dirigidas a la UE, destacando Portugal (42.87%), seguido de Italia (17.6%) y Francia (16.68%). Las exportaciones intracomunitarias de carne de vacuno en 2011 fueron en un 78% en carne refrigerada y un 17.6% en carne congelada.

EXPORTACIONES																		
	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011*	Dif% 2010/2011
Hacia la UE	101.458	106.276	138.168	153.551	196.606	171.524	113.919	125.267	169.453	161.756	178.044	121.090	110.637	141.151	102.763	106.746	110.818	3.63
Hacia P. Terceros	12.130	12.985	22.359	15.656	30.390	24.321	51.285	36.671	38.329	28.337	17.241	8.564	2.945	3.693	2.466	9.424	10.819	14.80
TOTAL	113.588	119.263	160.527	169.207	226.996	195.845	165.204	161.938	207.782	190.093	195.285	129.654	113.582	144.844	105.229	116.170	121.637	18.43

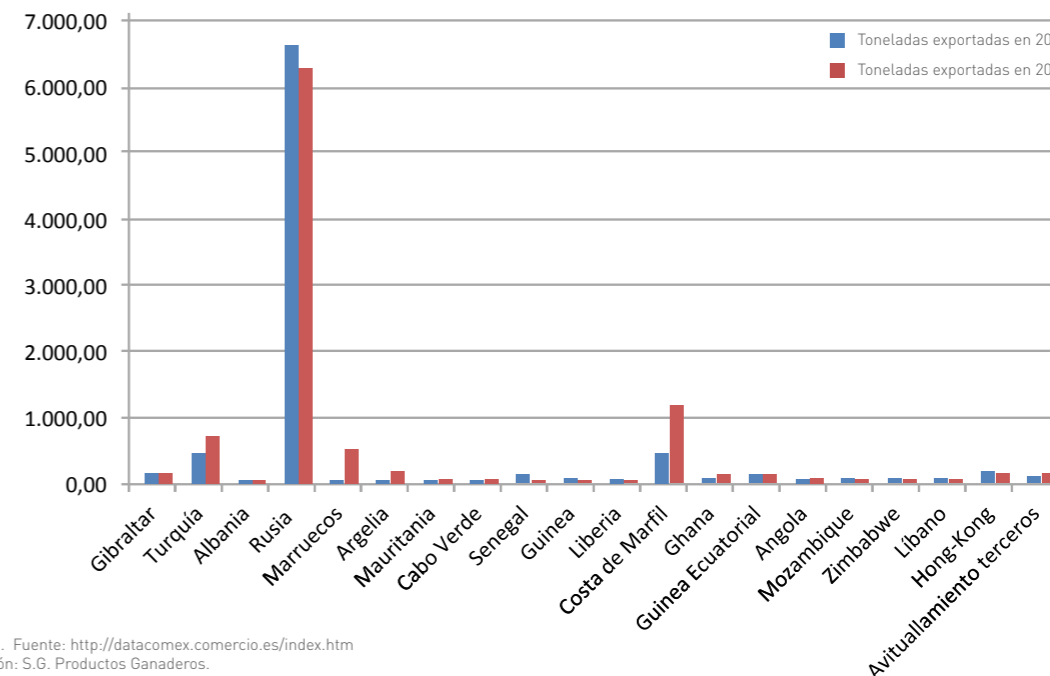
*Cuadro 1. Distribución de las exportaciones españolas por productos 2011. Fuente: <http://datacomex.comercio.es/index.htm>. Elaboración: INVAC

Valor de la exportación española de carne de vacuno



Exportaciones españolas hacia países terceros en el sector del vacuno de carne en 2011

En 2011, el resto de las exportaciones de la carne de vacuno, con un valor de 8.9%, se dirigieron a terceros países, siendo la carne congelada la exportada en mayor medida, con un valor del 34.7% frente al 6.6% de la carne fresca con respecto al resto de productos exportados. Los terceros países objeto de estas exportaciones son principalmente Rusia, Turquía, entre otros (Cuadro 3).



*Cuadro 3. Fuente: <http://datacomex.comercio.es/index.htm>. Elaboración: S.G. Productos Ganaderos.

En particular, la exportación en España de la carne de vacuno con sello IGP o Marca de Garantía constituye un volumen de comercialización muy pequeño con respecto al resto de carne de vacuno exportada. En la actualidad, **este sector se encuentra comenzando a abrir nuevos mercados fuera de nuestras fronteras**, siendo su desarrollo relativamente reciente, y se centra principalmente en la exportación de carne fresca certificada a países de la Unión Europea, como Alemania y Países Bajos.



Por otra parte, **la exportación de animales vivos de la especie bovina** en 2011 generó un negocio de 89,9 millones de euros. Las exportaciones de animales vivos se dirigieron, dentro de la UE, a Francia (30.44%), Italia (14.53%) y Portugal (10.12%). Estas exportaciones en 2011 fueron más reducidas, registrándose 99.247 animales enviados a otros países de la UE, suponiendo un descenso importante respecto al año 2010 (101.023 unidades).

Con respecto a las exportaciones extracomunitarias de animales vivos, cabe destacar la continuidad en la exportación que se ha producido de animales vivos hacia Líbano, tras la aprobación en 2010 del certificado sanitario que permite la exportación a este país.

Otro producto exportado y que cada vez podría tener mayor proyección internacional, **es semen de la especie bovina, especialmente de reproductores de raza pura y de razas autóctonas**. Este negocio ha generado en 2011, 1.8 millones de euros, incrementándose con respecto a años anteriores.

3. ¿POR QUÉ COMENZAR A EXPORTAR CARNE DE VACUNO CON CALIDAD DIFERENCIADA? LA RAZÓN ESTÁ EN LA CALIDAD DEL PRODUCTO

3.1. La Calidad Diferenciada de la Carne de Vacuno en España.

Desde hace unos años, una de las actuaciones estratégicas de la industria alimentaria española se ha orientado hacia productos de alta calidad, diferenciados, controlados, con un origen único y con una trazabilidad exhaustiva, como valor añadido. De ahí que, amparadas en la legislación UE y del propio Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (MAGRAMA), las industrias alimentarias españolas se hayan decantado claramente por desarrollar productos amparados por diferentes Denominaciones de Calidad comunitarias (Denominaciones de Origen Protegidas e Indicaciones Geográficas Protegidas) y nacionales (Marcas de Garantía), que reconocen la calidad y personalidad de diversos productos por su origen, medio geográfico y agroclimático.



El sector vacuno de carne de calidad diferenciada integrado en la Interprofesional se caracteriza por producir y comercializar carnes de vacuno nacionales, con origen único, sistema de producción en extensivo y ligadas a razas autóctonas -**como son la IGP Carne de Ávila, IGP Ternera de Navarra, o las marcas de garantía Carne de Retinto y Xata Roxa**- éstas cuentan con un elevado índice de comercialización en su área de producción, donde el consumidor es consciente de la calidad diferenciada de estas carnes y de sus características distintivas basadas en la vinculación al área geográfica, la raza autóctona y el control exhaustivo de todo el proceso de producción, reflejado de forma detallada en el etiquetado.

Elaborar alimentos sanos, seguros y producidos en explotaciones respetuosas con el medioambiente y el bienestar de los animales son las máximas de los productores inscritos en este tipo de figuras de calidad diferenciada.



Los conceptos básicos que fundamentan la calidad de estos productos son:

- Trazabilidad
- Seguridad
- Calidad
- Sostenibilidad medioambiental y empleo de razas autóctonas
- Bienestar animal
- Mejora de la renta y de la seguridad laboral de los empleados ganaderos



3.2. Trazabilidad y Seguridad alimentaria.

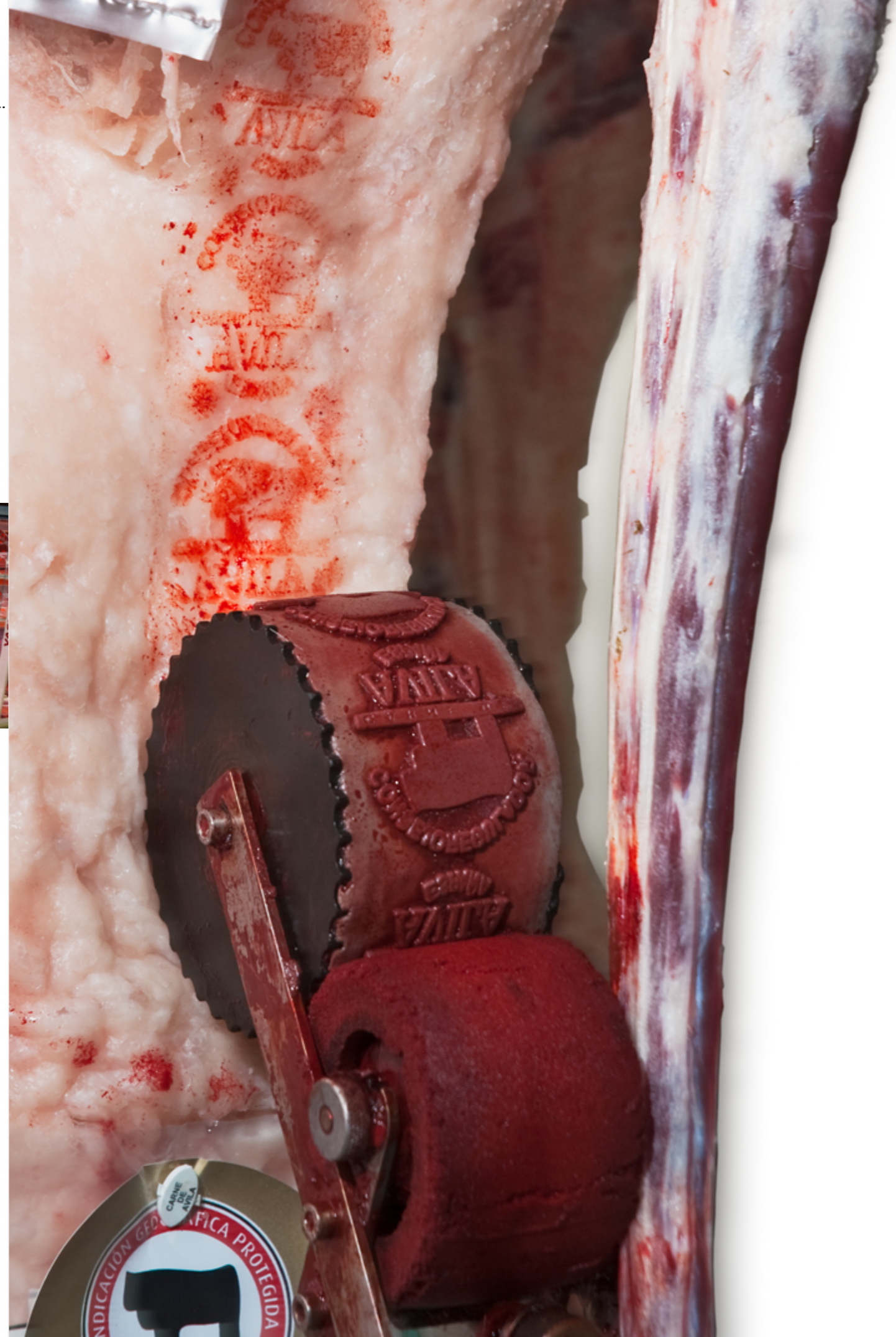
La **trazabilidad** de los alimentos e ingredientes a lo largo de la cadena alimentaria es una herramienta de apoyo para garantizar la **seguridad alimentaria**.

La carne de vacuno con calidad diferenciada **cumple requisitos adicionales reflejados en un pliego de etiquetado facultativo**, es decir, un manual de calidad donde se refleja la pauta a seguir para cumplir con un programa de calidad de la carne*. La verificación del cumplimiento de estos requisitos superiores de calidad en una IGP o Marca de Garantía, como son un origen concreto ligado al empleo de una raza autóctona, un modelo de producción sosten-

nible con el medio ambiente, trazabilidad en origen, etiquetado facultativo, tiempo de maduración de la carne, etc., son controlados rigurosamente a través de inspecciones en explotaciones, mataderos, salas de despiece y establecimientos autorizados inscritos en la IGP o Marca de Garantía.

El procedimiento que asegura la **calidad y seguridad** de la carne de vacuno de calidad diferenciada es un sistema de control y certificación del pliego de condiciones de etiquetado de la carne de vacuno por un organismo externo que cumple la norma EN-45011, y que certifica el producto.

* Reglamento [CE] 1760/2000 del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 de julio de 2000 que establece un sistema de identificación y registro de los animales de la especie bovina y relativo al etiquetado de la carne de vacuno y de los productos a base de carne de vacuno.



3.3. Raza autóctona, Bienestar animal y Medio ambiente.

Hoy en día, la producción sostenible con el medio ambiente y el bienestar de los animales, se consideran requisitos básicos que contribuyen a una mayor calidad de las producciones. La comercialización de este tipo de carnes amparadas por una marca de calidad (como el sello IGP y las Marcas de Garantía) **son el resultado de un sistema de producción en extensivo que garantiza la preservación del medioambiente, la conservación de las razas autóctonas nacionales, el bienestar animal**, y ayuda a dar continuidad a este sector primario propio.

Además, estas producciones están ligadas tradicionalmente a tierras únicas con alto valor ecológico, permitiendo el impulso económico de zonas rurales sin demasiadas expectativas en otras actividades económicas. Se trata de un sistema de producción ganadero que está de acuerdo con los nuevos requisitos fijados por la UE en materia de respeto medioambiental y bienestar animal.



4. PRIMEROS PASOS PARA EXPORTAR CARNE DE VACUNO CON CALIDAD DIFERENCIADA

*“La exportación es un proceso progresivo de aprendizaje”**



4.1. ¿Qué es exportar?

El **concepto de EXPORTAR** podemos definirlo como: Vender, entregar y cobrar productos o servicios a clientes que se encuentran fuera de los límites del mercado nacional.

En la actualidad podemos considerar que el mercado de la Unión Europea puede definirse como mercado nacional, dado que no existen restricciones aduaneras de ningún tipo. La razón diferencial que puede hacer pensar que la exportación resulta más complicada que la comercialización de nuestro producto en el mercado nacional, es principalmente un marco de referencia jurídico, aduanero, técnico, de comunicación, de costumbres comerciales y de lenguaje, que puede que sea diferente en el país de destino elegido.

En el mercado nacional, estas carnes de vacuno con calidad diferenciada se distinguen por su valor añadido basado en un origen único, un sistema de producción en extensivo y por estar ligadas a razas autóctonas. Este valor añadido, **es un elemento diferenciador con respecto a otras carnes de vacuno en mercados externos**, puesto que es único, y la exportación a países con consumidores “gourmet” dispuestos a pagar un poco más por un producto de calidad, se convierte en una vía de mercado para este producto. En España, este perfil de consumidor, dada la actual situación económica se ha visto reducido.

* Fuente: Guía “Empezando a Exportar”. Cámara de Comercio de Madrid.

En general, ¿cuáles son las ventajas de exportar? ¿Tiene algunas desventajas?

Desventajas



- Modificar el producto, el envase o su presentación.
- Logística y adaptarse a nuevos canales de distribución.
- Obtener nuevas certificaciones especiales de calidad.
- Tiempo y dedicación para estudiar y conocer el mercado objetivo.
- Solicitar apoyo financiero.
- Crear nuevos productos para adaptarse a nuevos mercados.

Ventajas



- Diversificar el riesgo: no depender solamente del mercado nacional.
- Ampliar facturación.
- Nuevos mercados, nuevas oportunidades y nuevos retos.
- Mejorar imagen de la marca.
- Globalización de la marca.
- Incremento de clientes potenciales al comenzar a exportar.

Gráfico 1: Elaboración propia INVAC.

El intentar superar los inconvenientes a la hora de exportar (envases, certificaciones... etc.) es una inversión tanto para la empresa como para la mercancía, pues ayuda a mejorar el valor añadido de nuestro producto y nos sirve para anticipar posibles tendencias en el mercado local.

4.2. La decisión de exportar.

El hecho de exportar en sí mismo no es complicado, pero esto no disminuye la necesidad de que la decisión de exportación deba ser realizada de forma cuidada y sopesada por el operador. Para ello, previamente es indispensable para todo producto a exportar **el investigar y estudiar profundamente numerosos factores que van a predisponer** nuestra actividad, así como los diferentes posibles mercados objetivos.

En el caso de la carne de vacuno de calidad diferenciada, **los factores clave** para ser estudiados por el operador son: los nichos de mercado más indicados y favorables, las particularidades del mercado elegido como el consumo de los ciudadanos y sus criterios de compra en cuanto a carne de vacuno, las tendencias de mercado tanto en imagen como en acceso al

producto en el país de destino, los requerimientos técnicos, las exigencias en transporte y logística, los trámites aduaneros y aranceles en caso de exportar a fuera de la UE, etc.

A continuación, valorar cuáles son **los primeros pasos** necesarios para impulsar la exportación de nuestro producto tanto a nivel económico como en estrategia empresarial para la apertura de estos nuevos mercados (posibles consorcios de carne de vacuno con otros productos agroalimentarios para incrementar sus índices de exportación, etc.). En el punto 8 de esta guía se amplían diversas fuentes de búsqueda de información y apoyo – económico, institucional, asesoría y programas de formación – que son de interés para los operadores que quieran comenzar a exportar.

• Un factor clave: ¿Selección de mercados extranjeros o búsqueda de clientes más interesantes? ¿Es lo mismo?

Podría considerarse que el primer paso para exportar consiste en analizar las capacidades de la carne de vacuno con calidad diferenciada, pero no es así. **El punto de partida de la exportación, como de cualquier reflexión de mercado, debe empezar por a quién y hacia dónde queremos dirigir la comercialización de nuestro producto.**

La selección de un mercado concreto o la selección de un cliente específico, independientemente del país destino, se convierten en dos cuestiones que no conducen al mismo resultado en la mayoría de los casos:

- Hay empresas para las que la decisión está centrada en los mercados-país hacia los que más les conviene dirigir su atención.
- Para otras empresas, por el contrario, la reflexión ha de ir orientada a identificar los clientes o los segmentos de clientes que más les interesan (restauración, distribución, pequeño comercio, etc.) y en ese caso no tiene, con frecuencia, sentido pensar en términos de país de destino.

- Opción combinada con las dos anteriores.

Por ello, cada operador debe valorar teniendo en cuenta las capacidades de su producto y de su empresa, la selección del mercado o cliente más favorable. Dadas las características innatas de la carne de vacuno autóctono de calidad diferenciada, como la producción en pequeños volúmenes, calidad certificada, origen único, etc., puede que le convenga más **buscar los clientes allá donde estén**, con independencia del mercado físico en el que se encuentre y de su localización geográfica.



Valoración de las diferentes vías de mercado para acceder a mercados externos

A continuación, y con la finalidad de ayudar a decidir a quién y dónde debemos dirigirnos para exportar carne de vacuno de calidad diferencial, habría que **localizar el método específico que nos oriente sobre la mejor fórmula a utilizar según la realidad concreta de la empresa**. En la actualidad existen formas muy variadas para acceder a los mercados externos, debemos decidir cuál es la vía más adecuada para las características de nuestro producto, sabiendo que se trata de un producto perecedero. O bien, tenemos que estar preparados para aprovechar aquellas vías de comercialización que puedan surgirnos en nuestro día a día, dada la actual globalización de los mercados.

De forma genérica, se detallan las vías de acceso a nuevos mercados para todos los productos agroalimentarios:

Vías	Características	Recomendaciones
MERCADO OBJETIVO	<ol style="list-style-type: none"> Número elevado de clientes potenciales Diferenciación por países Búsqueda de fidelización clientes por oportunidades circunstanciales Objetivo de permanencia Necesidad servicio continuado Posibilidad de utilización de canales de venta 	<ol style="list-style-type: none"> Elegir cuidadosamente los países-mercado principales Deducir una forma de operar concreta No dejarse llevar (actuar reactivamente), por oportunidades circunstanciales <ul style="list-style-type: none"> Peticiones de oferta no solicitadas Ofertas de colaboración / agencia Decidir el tipo de cliente con el que se quiere operar Hacer un plan de mercado y de acción pertinente
PROYECTO	<ol style="list-style-type: none"> Alta especialización del producto o servicio Operaciones discontinuas en países diferentes Valor alto de la operación y frecuencia baja Necesidad contacto e interacción con cliente final Bajo número de clientes potenciales 	<ol style="list-style-type: none"> Olvidarse del concepto mercado-país Centrarse en la localización de proyectos Hacer una política de presentación adecuada para estar en la preselección de candidatos Cuidar el proceso de oferta y negociación
SEGUIMIENTO CLIENTE	<ol style="list-style-type: none"> Relación especial con clientes importantes Operativa internacional de los clientes Tecnología compartida con cliente Necesidad de mantener relación 	<ol style="list-style-type: none"> Si su relación con el cliente principal es fuerte y estable, sígalo en sus decisiones En caso contrario, siga a él y a sus competidores, desde antes de que hayan cerrado sus compromisos Opere como parte de la estrategia del principal
OPORTUNIDADES	<ol style="list-style-type: none"> Operaciones discontinuas Clientes puntuales no repetitivos Objetivo de cierre de operaciones, una a una Oportunismo de mercado 	<ol style="list-style-type: none"> Especialícese y haga ver su posición Esté presente en los "puntos de encuentro", reales o virtuales donde se relacionan la oferta y la demanda Esté activo en los mercados (que no serán geográficos, sino específicos del sector) Cuide la rápida comunicación en la fase de oferta previa, y especialmente en la de negociación de cierre
NEGOCIO VIRTUAL	<ol style="list-style-type: none"> Posibilidad entrega servicio/producto on-line Producto de fácil descripción Fácil solución de logística, acopio, entrega Posibilidad cierre operación en corto tiempo Cientela objetivo dispersa geográficamente 	<ol style="list-style-type: none"> Centre bien el cliente objetivo Resuelva la logística y la operativa. Sin ello, no hay operación Cierre bien la operativa (cobro incluido), a ser posible en la misma operación Proteja y defienda su producto o servicio Cuide la comunicación con el cliente potencial
SEGMENTACIÓN GLOBAL	<ol style="list-style-type: none"> Tipo de cliente muy específico y no localizado geográficamente Alto valor unitario de la operación Necesidad de acceso directo y trato personalizado 	<ol style="list-style-type: none"> Invierta tiempo y dinero en localizar y conocer a los clientes de su segmento Analice sus razones de decisión de compra Centre todo sin discurso y acción en esos clientes. Focalice el mensaje y no procure obtener otros clientes, que canibalizarán el esfuerzo Haga una operativa específica y valiente. Los públicos de segmentación global, responden sólo a los mensajes específicos para ellos

Fuente: Guía "Empezando a Exportar". Cámara de Comercio de Madrid.

Otro factor clave: las barreras para la exportación de la carne de vacuno autóctono de calidad certificada.

De forma genérica, las barreras a la libre circulación de productos y servicios pueden ser de 5 tipos:

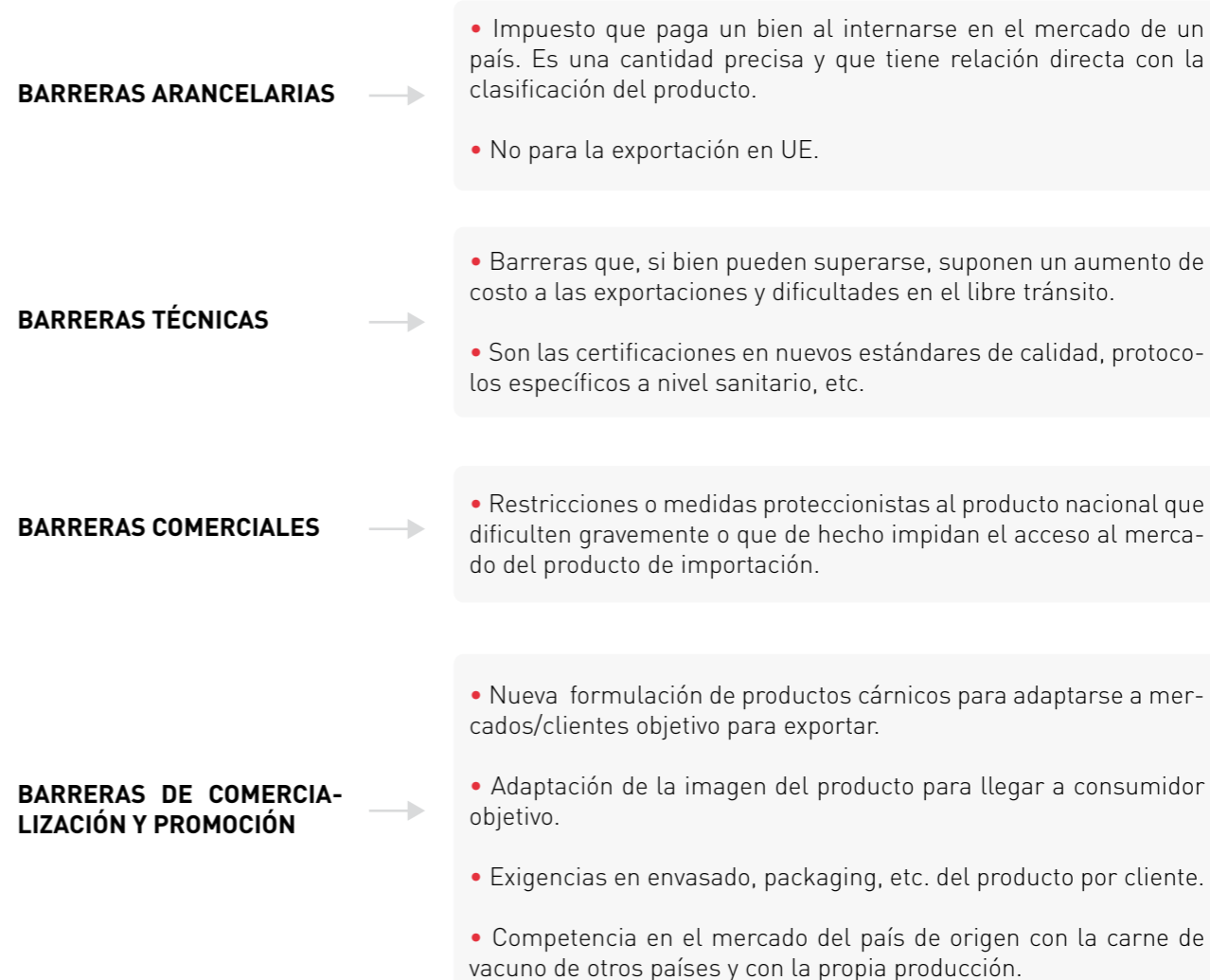
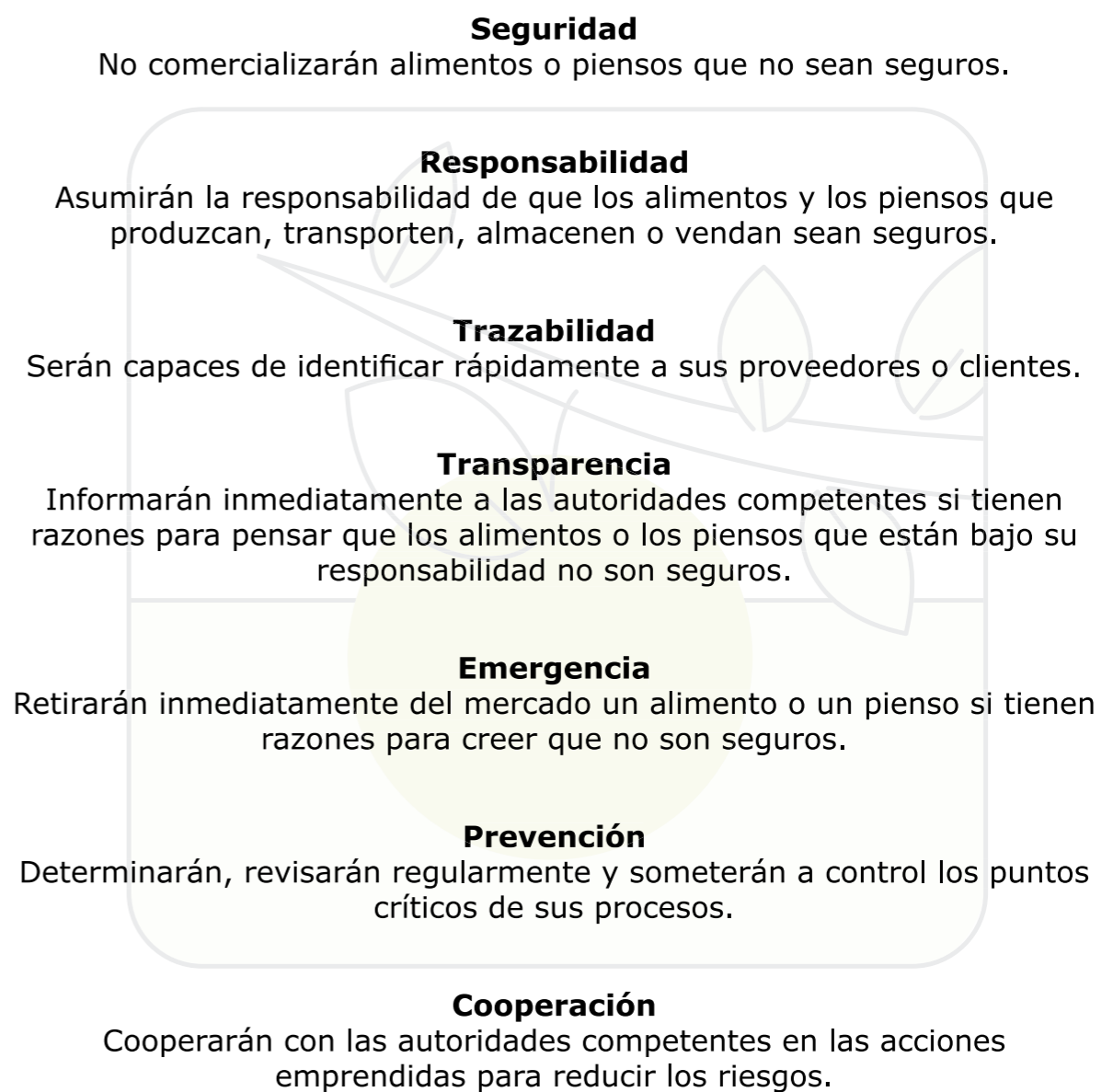


Gráfico 2: Elaboración propia INVAC

Cabe señalar en este punto, y en particular para la exportación de carne de vacuno autóctono de calidad, que **las barreras técnicas del producto son las principales**, entre las que destacan las siguientes:

APLICACIÓN DE REGLAMENTOS TÉCNICOS.	
Requisitos de etiquetado	<p>Tener en cuenta la normativa obligatoria de etiquetado para carne de vacuno de calidad diferenciada en la UE y, en el caso de un tercer país, la específica del mismo.</p> <p>Destaca la siguiente normativa: Etiquetado genérico: Reg. (UE) nº 1169/2011 sobre la Información Alimentaria facilitada al consumidor; Etiquetado carne de vacuno: Reg. (CE) nº 1760/2000 y Etiquetado productos de calidad UE con IGP o DOP: Reg (CE) 510/2006.</p>
Requisitos del Embalaje y del Envase	A tener en cuenta el contenido del envase, los materiales en contacto de los alimentos y la gestión de los residuos del embalaje, etc.

NORMAS O ESTÁNDARES DE CALIDAD:	
<p>Para determinar qué estándares son aplicables a un producto alimentario, es necesario considerar que en algunos casos, los estándares de calidad exigidos pueden referirse a las características del producto, así como para los métodos de elaboración y al sistema de servicio del operador. Estos estándares son aprobados por una institución reconocida que prevé, para un uso común y repetido, reglas, directrices o características para los productos o los procesos y métodos de producción, y cuyo cumplimiento no es obligatorio.</p> <p>Destacar que los estándares de certificación de producto están ampliamente implementados en los productos agroalimentarios en la UE y son demandados principalmente por la distribución; citando como los más demandados los estándares de calidad IFS y BRC. En cuanto a los estándares de calidad que certifican un sistema, es decir, que miden la capacidad de un operador en proveer de forma regular los productos que cumplen con unos requisitos prefijados. Destaca el estándar ISO 9.001, ISO 22.000.</p>	



*Cuadro 4. Las principales obligaciones de los exportadores de empresas alimentarias y de piensos. Fuente: Comisión Europea

5. TRÁMITES DOCUMENTALES PARA EXPORTAR CARNE DE VACUNO CON CALIDAD DIFERENCIADA



UNIÓN EUROPEA

Los trámites a nivel comunitario son principalmente ligados a los **requerimientos específicos a nivel comercial** que pueda exigir el comprador, como por ejemplo, una certificación en determinados estándares de calidad (BRC, IFS, etc.). Por eso, antes de iniciar la exportación se deben tratar y aclarar con el comprador todos los requisitos comerciales que se puedan solicitar al exportador.

A **nivel sanitario**, no se requiere de un certificado sanitario de exportación puesto que la normativa está armonizada a nivel comunitario y se recoge fundamentalmente en directivas donde se describen las normas zoonómicas aplicables a la producción, transformación, distribución e introducción de cada uno de los productos.

Finalmente, es importante hacer hincapié en **el transporte de la mercancía**, en particular, y para la carne de vacuno de calidad diferenciada, éste se realiza en la mayoría de los casos a través de carretera en camión refrigerado.

El transportista de la mercancía cumplimenta y acompaña durante todo el trayecto lo que se denomina la **Carta de porte por carretera (CMR)**. Se trata de un acuerdo entre dos partes, por el cual una de ellas se compromete, a cambio de un precio por trasladar unas mercancías de un lugar a otro y entregarlas a su destinatario en el mismo estado en que las recibió y dentro de un plazo, si se hubiere estipulado. Además, puede acompañarse a este documento un listado detallado del contenido de la mercancía (volumen de carne, detalle de la pieza, etc.)

Cabe señalar en este apartado, que toda mercancía y durante su transporte, se aconseja que se realice **un seguro** de la misma.



TERCEROS PAÍSES

¿Qué es prioritario?

La exportación de carnes frescas y productos de origen animal a países no miembros de la Unión Europea está sujeta al cumplimiento de variados requisitos, de acuerdo con lo exigido en cada caso por los países terceros de destino, relativos en particular a los ámbitos de la higiene, la sanidad animal, trazabilidad y bienestar animal. Por tanto, antes de iniciar cualquier actividad exportadora es conveniente estudiar las características específicas del mercado del país de destino como todas las exigencias sanitarias, comerciales y técnicas que pueda solicitar el importador.



¿Cuáles son los trámites generales para la exportación a terceros países?

Los establecimientos/operadores comerciales que deseen exportar productos cárnicos a terceros países deben **estar inscritos y dados de alta en la aplicación informática del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente disponible en la web de Comercio exterior (CEXGAN).**

Cabe señalar también que, de acuerdo a lo establecido en el Real Decreto 265/2008 de 22 de febrero, se establece la lista marco de establecimientos registrados para la exportación de carne y productos cárnicos. Este requisito es voluntario, la inclusión de una empresa cárnica dentro del Registro de la Lista Marco es un requerimiento utilizado por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, para proponer empresas a países terceros a la hora de organizar visitas de autorizaciones. Es una garantía para la Administración española, pero por ahora no es una exigencia para los países terceros. Es opcional para la empresa pues su inscripción supone un coste al tener que pasar la auditoría anual de una Entidad Independiente de Control.

Como **requerimientos sanitarios**, la exportación a terceros países de productos alimentarios de origen animal, se exige generalmente de un **Certificado sanitario para la exportación de productos de origen**

animal. Este certificado se solicita a través del CEXGAN, y cabe puntualizar que es necesario conocer las exigencias sanitarias del país de destino, pues existen países que tienen protocolos específicos, que requieren certificados sanitarios específicos o bien, la autorización de los establecimientos comerciales. Para la consulta de estos acuerdos adoptados con terceros países, el Ministerio dispone de una base de datos de Comercio Exterior Ganadero (CEXGAN), que permite conocer en detalle el procedimiento de exportación de animales y productos de origen animal para aquellos mercados que exigen un certificado sanitario específico u otros requisitos sanitarios.

¿Dónde se solicita?

<http://cexgan.mapa.es/Modulos/AccesoCertificados.aspx>

En este apartado cabe mencionar dos certificados, uno de ellos es **Certificado de Exportación o de Fijación Anticipada (AGREX)** que hace referencia a productos para los que existe una restitución a la exportación y el operador lo solicita. Actualmente para la carne de vacuno no existe restitución a la exportación, pudiéndose consultar en la página del Fondo Español de Garantía Agraria (FEGA).

Otro documento que el importador puede solicitar es **el Certificado sanitario de exportación de productos alimentarios** (conocido como "sábana"), aunque no es específico para productos de origen animal, pues es el certificado sanitario de exportación anteriormente mencionado, el que cualquier importador suele exigir. Este documento es solicitado y emitido por el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad:

¿Dónde se solicita?

http://www.msc.es/profesionales/saludPublica/sanidadExterior/legal_diplom_doc_export.pdf

Como **requerimientos comerciales**, la exportación a terceros países de carne de vacuno con calidad diferenciada exige **una factura** que acompañe a la mercancía durante su transporte y hasta su lugar de destino y, **un seguro de la misma**. Entre otros trámites comerciales, cabe destacar que algunos operadores pueden solicitar para este tipo de productos de origen animal, **un certificado de origen** que es un documento que debe aportar el exportador para acreditar el país de origen de la mercancía y, que la Administración aduanera del país del importador exige por razones de política comercial. Este documento puede solicitarse en las Cámaras de Comercio e Industria de España.



¿Qué son los INCOTERMS?

Son las condiciones de entrega establecidas internacionalmente para clarificar el punto de entrega, las obligaciones respectivas de comprador y vendedor, la responsabilidad de las diferentes partes y, en definitiva, el punto en el que se transmite la propiedad entre el vendedor y el comprador.

Como **requerimientos necesarios para el transporte**, dependiendo del medio de transporte por el que se realice la exportación de la carne de vacuno, se cumplimentará un documento diferente:

- Por carretera: Carta de porte por carretera (CMR) y Cuaderno TIR para transportes internacionales por carretera.
- Por vía aérea: Conocimiento de Embarque Aéreo según modelo del IATA (International Air Transport Association)
- Por vía marítima: Conocimiento de Embarque Marítimo.
- Por vía ferroviaria: Carta de porte ferroviario (CIM)
- Transporte internacional en régimen multimodal: Conocimiento de Embarque Multimodal FIATA.

Como **requerimientos aduaneros**, se requiere Documento Único Administrativo (DUA). Se trata de un impreso que ha de cumplimentarse obligatoriamente en la aduana para los intercambios de mercancías (importaciones y exportaciones) entre terceros países.

Como **requerimientos arancelarios** es necesaria la clasificación de la mercancía, es decir, asignarle uno de los códigos del Arancel Integrado de las Comunidades Europeas (TARIC). El Código Arancel Integrado de la UE para Carne de animales de la especie bovina fresca o refrigerada es 0201; y para carne congelada, 0202.

6. ASPECTOS IMPORTANTES DE LA EXPORTACIÓN DE ANIMALES VIVOS Y OTROS PRODUCTOS DE ORIGEN ANIMAL

EXPORTACIÓN DE GANADO VACUNO

¿Cuáles son los trámites más destacados?

En primer lugar, los operadores comerciales que deseen exportar ganado vacuno deben **estar inscritos y dados de alta en la aplicación informática del**

Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente disponible en la web de Comercio exterior (CEXGAN).

1. CERTIFICADO SANITARIO DE EXPORTACIÓN

Para el transporte de ganado vacuno **a nivel intracomunitario** se caracteriza porque los requisitos para la comercialización de animales vivos están armonizados entre todos los estados miembros, y **es obligatorio que éstos viajen con un certificado sanitario** validado por un veterinario oficial, en el que se especifique que los animales cumplen con los requisitos básicos de sanidad animal descritos en las correspondientes Directivas aplicables. En el caso del transporte de ganado vacuno **a terceros países**, se hace indispensable en primer lugar, **consultar si existen características específicas para el mercado del país de destino** en el CEXGAN, es decir, si tienen protocolos específicos a nivel sanitario, los acuerdos específicos entre ambos países o si es válido el certificado sanitario de exportación genérica, entre otros aspectos.

¿Dónde se solicita Certificado Sanitario de Exportación? En el [CEXGAN](#)

2. PLAN DE VIAJE

Cuando la duración del transporte de animales vivos sea superior a ocho horas y el transporte cruce una "frontera" (se entiende por cruzar una "frontera" a salir de territorio nacional, ya sea un movimiento intracomunitario o extracomunitario), deberá adjuntarse junto con el certificado sanitario el **Plan de Viaje**.

¿DÓNDE SE SOLICITA? El plan de viaje debe ser solicitado en la Oficina Veterinaria de la Comunidad Autónoma donde se inicie el viaje.

¿CÓMO? Este plan de viaje debe ser cumplimentado por el transportista y sellado por el veterinario del lugar de salida una vez que haya verificado que ha sido correctamente cumplimentado por el transportista. Dicho plan de viaje acompañará a los animales durante todo el trayecto. La persona que acompaña a los animales deberá consignar las horas y los lugares donde los animales han descansado y se han alimentado. Además, debe ser convenientemente sellado tanto en los puntos de parada como en el punto de salida de la Unión Europea, si el transporte va a un país no miembro de la UE. Tras el viaje, el transportista guardará una copia de este plan de viaje y remitirá el original a la oficina veterinaria que lo emitió.

3. CERTIFICADO DE ZOOTECNIA

Al realizar la exportación de **animales de pura raza**, dependiendo del país destino, es necesaria la obtención del Certificado de Zootecnia. Para la obtención del certificado de zootecnia hay que dirigirse a las asociaciones oficialmente reconocidas para el seguimiento y gestión del Libro Genealógico.

EXPORTACIÓN DE ESPERMA, ÓVULOS Y EMBRIONES

¿Cuáles son los trámites más destacados?

En primer lugar, los operadores comerciales que deseen exportar ganado vacuno deben **estar inscritos y dados de alta en la aplicación informática del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente disponible en la web de Comercio exterior (CEXGAN)**.

Se requiere de un **CERTIFICADO SANITARIO DE EXPORTACIÓN**, que al igual que en el caso de los animales vivos, los requisitos de sanidad animal para el comercio intracomunitario de esperma, óvulos y embriones también están armonizados. En el caso de exportar a terceros países es necesario consultar las características específicas del mercado del país de destino en el CEXGAN.

[+ Ampliar información](#)



7. EJEMPLO PRÁCTICO DE EXPORTACIÓN DE CARNE DE VACUNO AUTÓCTONO DE CALIDAD DIFERENCIADA.



¿Exportar carne de vacuno de calidad diferenciada?

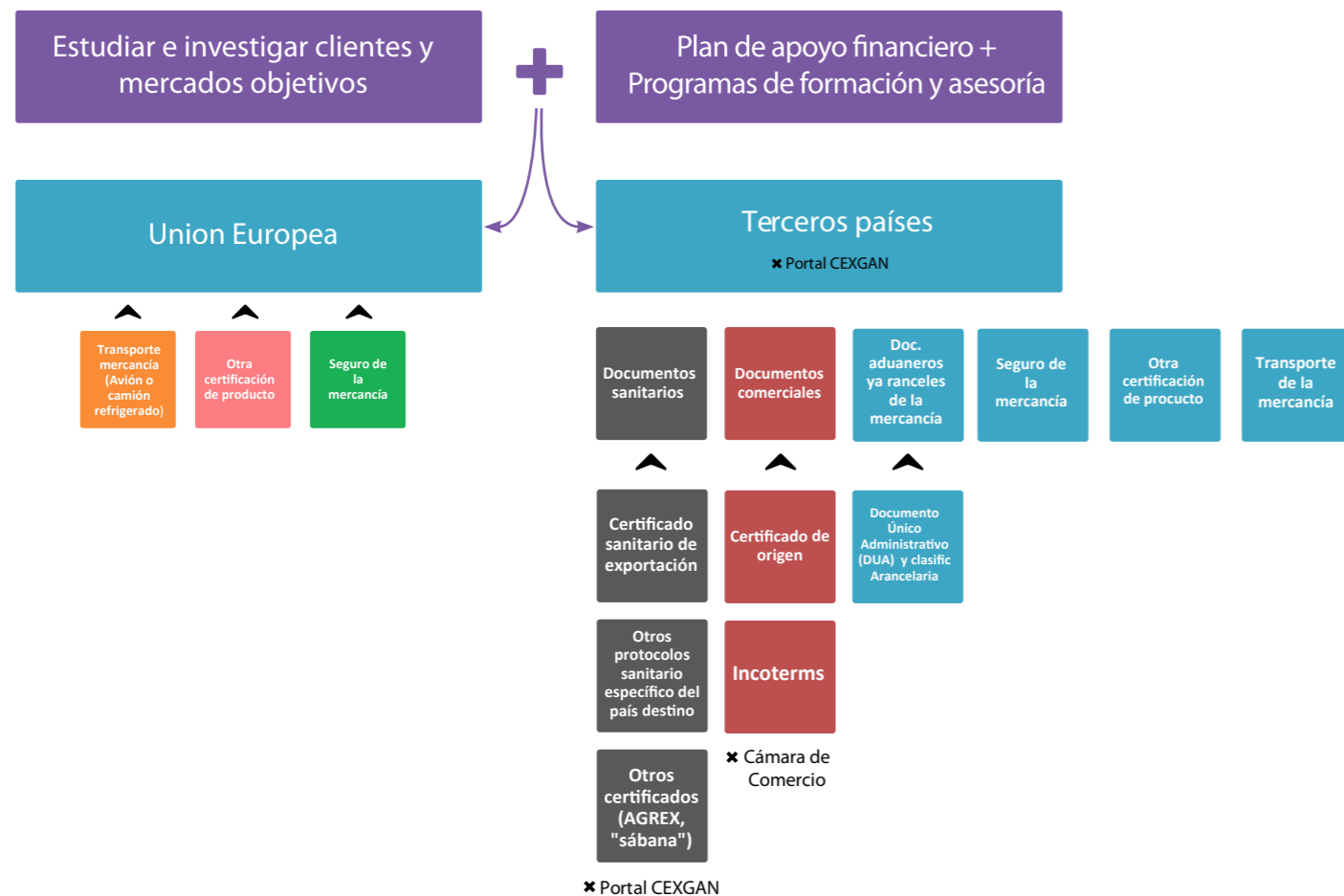


Gráfico: Elaboración propia INVAC

A continuación se expone un caso ficticio sobre cómo iniciarse en la exportación para la carne de vacuno con calidad diferenciada en mercado europeo principalmente.



¿Cuáles son los principales países donde comercializan?

Dentro de Europa, son Italia, Portugal y Francia puesto que son países que tienen características de consumo similares a España. Actualmente estamos abriendo nuevos mercados a países árabes.

¿Qué recomendaciones podría darle a otro operador que quiera iniciar la actividad exportadora?

Que antes de iniciar esta actividad hay que contar con la mayor información posible del mercado/s a los que nos vayamos a dirigir para exportar. En esa información, y sobre todo con respecto a productos cárnicos, debemos tener en cuenta las temporadas que son objetivo para introducir nuestro producto en el mercado al incrementarse su consumo, así como qué otros productos similares pero de diferente origen pueden ser competencia en un mismo mercado; otro aspecto es el perfil de los consumidores en el país de destino, siendo relevante su orientación religiosa; también las preferencias en cuanto a consumo de carne de vacuno, cómo el sabor y olor de

¿Cómo fueron los inicios?

La actividad exportadora se inició a partir de la agrupación de los ganaderos en una primera pequeña cooperativa que fue creciendo poco a poco comercializando su producto a través de la plataforma de Mercamadrid. Esta primera cooperativa fue creciendo hasta agrupar a otras cooperativas de ganaderos que se integraron en una cooperativa de segundo grado, la cual comenzó su actividad exportadora en 2010. Actualmente, más del 50% de nuestra producción se destina a comercio exterior, la restante se destina a consumo nacional.

¿Qué características tiene el producto que comercializan al exterior y por qué se valora?

Lo primero de todo es el reconocimiento de calidad diferenciada a través del sello comunitario de Indicación Geográfica Protegida, que es el elemento que avala la calidad de nuestro producto de cara a su comprador en el exterior. El sello IGP en nuestro producto certifica su origen, que nuestras carnes provienen de una producción en extensivo y ligada a una raza autóctona y su continuo control en materia de trazabilidad y seguridad alimentaria.



la carne según la edad animal, etc. Y por último, conocer de antemano todos los requisitos administrativos, técnicos, tributarios, aduaneros y sobre todo condiciones en cuanto a la logística para hacer llegar el producto que nos pueda solicitar el cliente.

En segundo lugar, recomendaría que para comenzar a exportar se esté dispuesto a asumir nuevos retos, es decir debes dirigirte a los mercados externos que decidas planteando la siguiente cuestión: "¿Qué es lo que quieres? Yo te lo puedo ofrecer". Esto se traduce en ofrecer la calidad de tu producto pero es posible que tengas que adaptarlo a algunas preferencias que el cliente te demande como aspectos de packaging, imagen o incluso la formulación de nuevos productos.

¿Qué es lo que os permite fidelizar y mantener esta actividad exportadora a largo plazo?

En la actualidad mantenemos contratos con diferentes clientes en varios países de Europa, principalmente nuestro cliente son cadenas de supermercados. Por tanto, la distribución que comercializa nuestro producto valora dos cualidades, por un lado la calidad de nuestra empresa en cuanto a seriedad, cumplimiento con las condiciones del contrato (logística del producto, entregas, etc.) y, la calidad de nuestro producto, que no se cuestiona porque reconocen y valoran el sello IGP en nuestra carne. Ambas razones son la garantía de nuestra actividad exportadora.



8. ¿DÓNDE BUSCO APOYO? ORGANISMOS DE REFERENCIA INTERNACIONAL, NACIONAL Y AUTONÓMICA

Directorio INVAC:

ICEX: Instituto Español de Comercio Exterior

¿Qué es el ICEX?

ICEX España Exportación e Inversiones es una entidad pública empresarial de ámbito nacional que tiene como misión promover la internacionalización de las empresas españolas para contribuir a su competitividad y aportar valor a la economía en su conjunto, así como atraer inversiones exteriores a España. El ICEX desarrolla su labor conforme a las siguientes estrategias y líneas de actuación, establecidas en el [Plan Estratégico 2009-2012](#):

- Incrementar la base de empresas que se inician en la internacionalización, vía exportación o inversión.
- Facilitar a las empresas el máximo aprovechamiento de las oportunidades que ofrecen los mercados exteriores, impulsando los nuevos factores de competitividad empresarial.
- Mejorar el conocimiento e imagen en el exterior de los bienes y servicios españoles.
- Impulsar la cooperación institucional para la internacionalización.
- Potenciar la orientación a clientes y a resultados del ICEX y su reconocimiento como referente en internacionalización.

Oficina central.

- ICEX España Exportación e Inversiones
Pº Castellana 14-16 - 28046 MADRID
Teléfono: 902 349 000
www.icex.es



Planes de apoyo a la exportación:

1. Plan de Iniciación a la Promoción Exterior (PIPE):

El PIPE o Plan de Iniciación a la Promoción Exterior es un Programa cuyo objetivo es ayudar a las pyme españolas que comienzan su andadura en mercados exteriores, asesorándolas durante dos años en el diseño de una estrategia de internacionalización, y dotándolas de un apoyo económico dirigido a ayudarlas en la puesta en marcha de dicha estrategia.

**A efectos meramente informativos y siguiendo las directrices emanadas del Reglamento (CE) nº 1828/2006, la actividad descrita podría ser financiada por la Unión Europea a través de los Fondos Europeos de Desarrollo Regional (FEDER), de las que el Instituto Español de Comercio Exterior es órgano ejecutor.*

+ <http://www.portalpipe.com>

2. Planes de Financiación Multilateral

2.1. LICITA - Plan de Apoyo a las Empresas Españolas en los Mercados Multilaterales

El Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) pone a disposición de las empresas españolas el Plan LICITA, cuyo objetivo es aumentar la presencia de las empresas españolas en las licitaciones generadas por las instituciones multilaterales de desarrollo y, en su caso, por determinadas agencias y fondos que liciten de manera desligada.

+ [Ampliar información](#)

2.2. LICITA - Oportunidades de Negocio Internacionales

El ICEX le ofrece a través de este servicio la posibilidad de conocer aquellas oportunidades de negocio internacionales que demanden productos y servicios españoles.

Dirigido a todas las empresas establecidas en España que realicen o promuevan la exportación de productos y/o servicios españoles, y a aquellas con intereses inversores o dedicados a promover la cooperación empresarial.

+ [Ampliar información](#)

2.3. Departamentos Multilaterales en Oficinas Comerciales

Los Departamentos Multilaterales en Oficinas Comerciales, integrados en la Oficina Económica y Comercial de España en Bruselas, en el caso de los programas comunitarios de desarrollo en terceros países; en la de Washington, sede del Banco Mundial y del Banco Interamericano de Desarrollo, y en la de Manila, sede del Banco Asiático de Desarrollo, obtienen información anticipada en los mismos Organismos convocantes de licitaciones y proyectos internacionales. Prestan su apoyo y asesoramiento a las empresas en sus gestiones y contactos en las sedes de los bancos o ante la Comisión de las Comunidades Europeas. Asimismo, en Bruselas participa activamente, junto con el resto de las representaciones permanentes de los países miembros de la UE, en la organización de seminarios sectoriales comunitarios que tienen lugar semestralmente en la capital belga.

Bruselas | Para Fondos Comunitarios

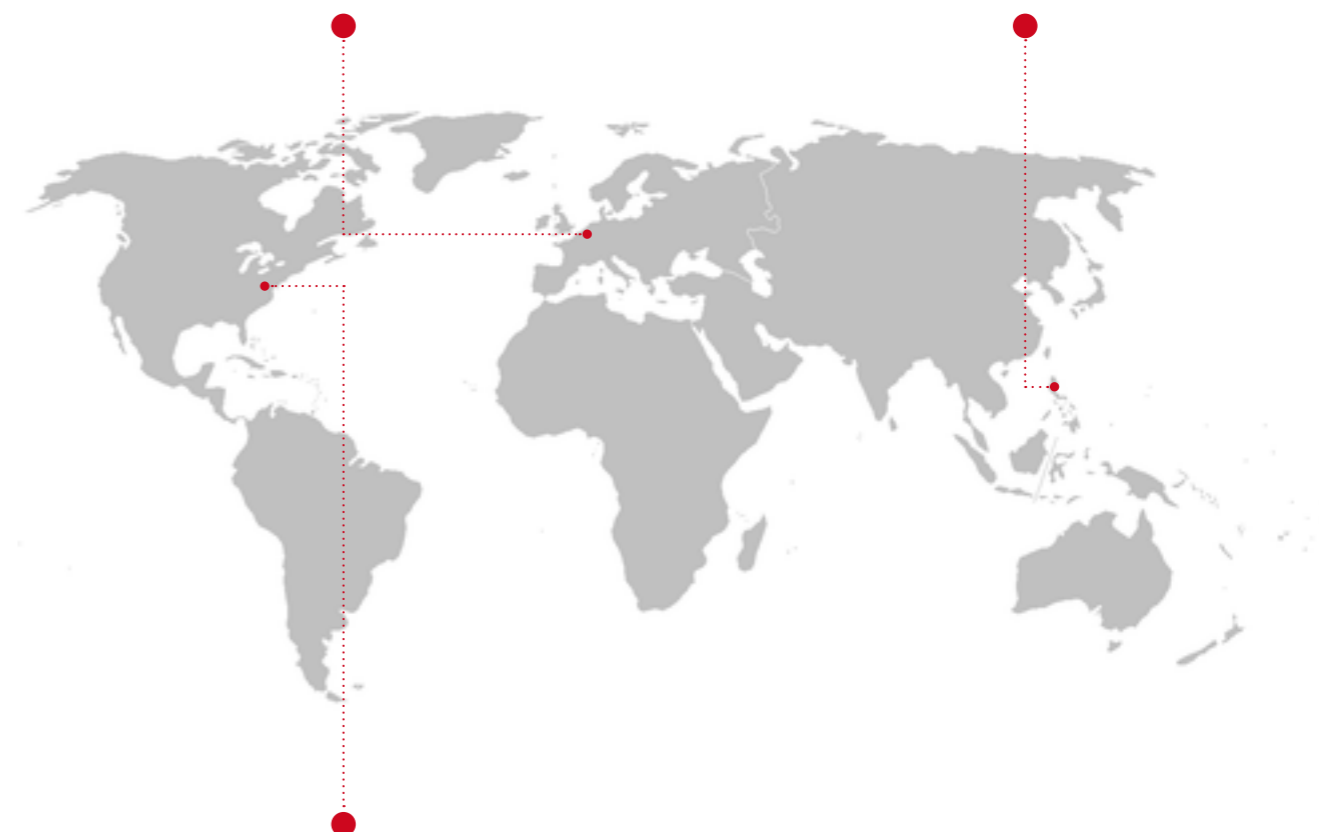
Programas de Cooperación de la Unión Europea

Oficina Comercial de España en Bruselas
Rue Montoyer, 10
B1000 Bruselas (Bélgica)
Tel.: (00-322) 551 1059/1040
Fax: (00-322) 551 1069

Manila | Para Banco Asiático de Desarrollo

Programas de Cooperación de los Bancos de Desarrollo

Oficina Comercial de España en Manila
27th Floor, Yuchengco Tower, RCBC Plaza
Ayala Avenue corner Sen.Gil J. Puyat Avenue
Makati City, Metro Manila (PHILIPPINES)
Tel.: (63-2)843-3774/75, 843-3783
Fax: (63-2)843-3790



Washington | Para Banco Mundial y BID (Banco Interamericano de Desarrollo)

Oficina Comercial de España en Washington
2375, Pennsylvania Ave. N.W.
Washington D.C. 20037
Tel.: (00-1-202) 728 2371/68
Fax: (00-1-202) 466 7385

+ [Boletín del Departamento Multilateral de la Oficina Económica y Comercial en Washington D.C.](#)

+ [Programas de Cooperación de los Bancos de desarrollo](#)

Planes de Asesoramiento jurídico para la internacionalización.

El Instituto Español de Comercio Exterior, en colaboración con CUATRECASAS, GONÇALVES PEREIRA, ofrece un servicio de asesoramiento jurídico para la internacionalización de empresas españolas.

+ [Contratación Internacional](#)

+ [Fiscalidad Internacional](#)

Programas Cofinanciados por la UE.

Con el objetivo de fortalecer la cooperación económica entre Europa y determinadas zonas geográficas de terceros países: América Latina y Asia, existen unos fondos que son utilizados por el ICEX (operador) para apoyar a las empresas españolas en sus planes de internacionalización y salida al exterior.

• **Programas AL-Invest:** Programa de cooperación económica cuyo objetivo es apoyar la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas, tanto de Iberoamérica como de la UE, mediante el diseño, desarrollo y ejecución de diversos proyectos relativos a la consecución de acuerdos comerciales, transferencia de know-how y tecnología, inversión y constitución de sociedades mixtas.

• **Programas Asia Invest:** Iniciativa de la UE cuyo objetivo es la promoción y el apoyo a la cooperación empresarial entre la UE y Asia. El programa ayuda a organizaciones intermediarias a promover la creación de acuerdos entre empresas de ambas regiones con objeto de conseguir beneficios mutuos.

Servicios del ICEX:

Actualmente existe una extensísima red de Direcciones Provinciales y Territoriales de Comercio en España:

↓ [Descargar Listado](#)

ICEX España Exportación e Inversiones está presente en los principales puntos geográficos estratégicos de los cinco continentes (África, América, Asia, Europa y Oceanía) para la expansión de su empresa. Dispone de más de 1.000 Centros de Negocios del ICEX le ayudamos a que su consolidación en los mercados exteriores sea una realidad.

↓ [Descargar Listado](#)

Dispone, además, de **16 Centros de Negocios en el extranjero**, que ofrecen a las empresas españolas infraestructura temporal a modo de incubadoras de la internacionalización.



Consejo Superior de Cámaras de Comercio

Oficina central.

Consejo Superior de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de España.

- C/ Ribera del Loira, 12 - 28042 Madrid [🔍](#)
+34 91 590 69 00
info@cscamaras.es
- Diagonal 452, 3ª planta. 08006 - Barcelona [🔍](#)

Las Cámaras son la primera institución, después de la Administración, que más recursos dedica a fomentar la internacionalización de las empresas y ofrecer apoyo logístico en las acciones exportadoras.



Planes de apoyo a la exportación:

Existe un Plan anual cuyo principal objetivo es **fomentar la salida al exterior y la internacionalización de las empresas españolas.**

Este Plan ha mejorado la coordinación de sus actividades con otras Instituciones de promoción. De este modo se presenta este Plan coordinado en su elaboración con la Secretaría de Estado de Comercio y Turismo, ICEX, TURESPAÑA y las Comunidades Autónomas.



1 Plan Cameral.

La información es un aspecto clave a la hora de abordar la salida a los mercados exteriores. Para realizar este análisis, las **Cámaras** ponen a disposición de las empresas españolas una serie de instrumentos y herramientas que facilitan el **acceso a la información de comercio exterior** que la empresa necesita.

1.1. CABI

(Cámaras búsqueda de información) es un Programa de las Cámaras de Comercio que proporciona a la empresa **información** que sobre **comercio exterior** existe en **Internet**.

+ [Ampliar información](#)

1.2. Formación CABI

Como respuesta a este interés, las Cámaras organizan unos cursos especiales denominados Cursos CABI-empresa en los que se ofrece formación para conocer las técnicas y herramientas utilizadas en el Servicio CABI, de tal forma, que la empresa sea capaz de desarrollar por sí misma el "Know-How" necesario para la **localización y tratamiento de información útil que en Comercio Exterior ofrece Internet**.

+ [Ampliar información](#)

1.3. Asesoramiento on-line en comercio exterior: CASCE

CASCE (Cámaras Asesoramiento en Comercio Exterior) es un servicio de consultoría en Comercio Exterior que ofrece respuesta a las **consultas más frecuentes en la operativa y gestión del Comercio Exterior**.

1.4 Guías On-line de apoyo al exterior:

Herramientas on line de **apoyo y consulta** para el exportador que desarrollan apartados temáticos concretos en el campo de la internacionalización. Cada una de las Guías trata sobre un apartado de especial importancia para el exportador medio español, **formando e informando** al usuario sobre todos aquellos aspectos que deben ser tenidos en cuenta respecto al tema desarrollado.

- a. Guía on-line de investigación y análisis.
- b. Guías on-line de preparación de actividades.
- c. Guías on-line de Gestión de Comercio Exterior
- d. Guías on-line de Asesoramiento de Comercio Exterior.
- e. Guías on-line específicas tema/país

1.5. Documentación y estudios: CADOEX

CADOEX pretende facilitar el acceso a la **documentación y estudios sobre comercio exterior** que tanto las Cámaras como otros organismos e instituciones nacionales e internacionales elaboran y que pueden servir de apoyo a la internacionalización de la empresa española.

2. Promoción Exterior.

Se encuentran disponibles en Internet las acciones de promoción, formación e información en materia de comercio exterior que las **Cámaras de Comercio** tienen previsto realizar en el marco del **Plan Cameral** durante este año.

3. Programas Multicamerales.

Junto con la oferta de actividades de promoción exterior, tanto de Interés General como de Interés Específico, se están poniendo en marcha **Nuevos Programas Multicamerales de Apoyo a la Internacionalización de la Empresa** que contribuyan a apoyar y favorecer la presencia internacional de las empresas españolas para facilitar una estrategia de continuidad en el tiempo.

[3.1 Programas Multicamerales de promoción Exterior](#)

[3.2 Programas Multicamerales de Cooperación Empresarial](#)

4. Plan Cameral en Internet.

El principal objetivo de esta página web es acercar a la empresa los diferentes programas y servicios que las Cámaras ponen a disposición de las empresas.

Actualmente, existen oficinas de Cámaras de Comercio por todo el ámbito nacional.

↓ [Descargar Listado](#)

Fundación INCYDE

Oficina central. 🔍

Consejo Superior de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de España

- C/ Ribera del Loira, 12 Madrid, 28042 España
Teléfono: 91 590 69 60
Fax: 91 590 69 69
info@cscamaras.es

La Fundación INCYDE (Instituto Cameral para la Creación y Desarrollo de la Empresa) es una institución creada en 1999 a iniciativa de las Cámaras de Comercio, dedicada al fomento y a la formación del espíritu empresarial, a la mejora de la cualificación de los empresarios y a la creación y consolidación de empresas.

Es un instrumento eficaz en la generación de empleo y en la innovación y adaptación de las PYMES a los nuevos mercados, lo que ha contribuido a conseguir la excelencia de los programas formativos de INCYDE, así como la apertura de nuevos proyectos empresariales, ya que facilita un espacio donde los emprendedores pueden desarrollar sus ideas de negocio.

RECAME (Red Española Cameral de Mentorización a Empresarias)

El Consejo Superior de Cámaras coordina la Red Española Cameral de Mentorización a Empresarias (RECAME) en la que participan las Cámaras de Ávila, Andújar, Badajoz, Barcelona, Cáceres, Cuenca, Mallorca, Gran Canaria y Sevilla.

Esta red forma parte de una red europea de mentores para promover el empresariado femenino que ha puesto en marcha la Comisión Europea. Su objetivo es proporcionar a mujeres empresarias un apoyo útil para el desarrollo de su negocio, a través de la puesta en común de conocimientos y experiencia de empresarios experimentados. La red cuenta con la participación de diecisiete países europeos y ciento setenta mentores.

Innocámaras

Oficina central. 🔍

Consejo Superior de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de España

- C/ Ribera del Loira, 12 Madrid, 28042 España
Teléfono: 902 100 096
Email: info@cscamaras.es
Web: <http://www.camaras.org>

El Programa InnoCámaras, cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), tiene como objetivo principal contribuir a la mejora de la competitividad de las Pymes mediante la integración de la cultura de innovación en sus estrategias empresariales como herramienta competitiva clave para lograr un crecimiento económico sostenido.

Los objetivos específicos del Programa son los siguientes:

- Desarrollar una metodología que ofrezca a las Pymes una serie de fórmulas para adoptar una actitud sensible y favorable a la innovación.
- Apoyar a las Pymes en el desarrollo de soluciones innovadoras.
- Favorecer la creación de redes empresariales que fomenten la difusión del conocimiento y de las mejores prácticas en innovación.
- Favorecer la transferencia de tecnología y conocimiento desde organismos e instituciones públicas y privadas.

FEDER (Fondo Europeo de Desarrollo regional)

La finalidad común de todos los programas gestionados por las Cámaras y financiados por el FEDER es fomentar la competitividad y contribuir a la innovación tecnológica de las pequeñas y medianas empresas españolas, a través de la difusión del conocimiento y del uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

FSE (Fondo Social Europeo)

Los programas del período 2007-2013 financiados por el FSE y gestionados por las Cámaras se centran en el fomento del espíritu empresarial; mejora de la adaptabilidad de los trabajadores, empresas y empresarios; fomento de la empleabilidad, inclusión social e igualdad entre hombres y mujeres y el aumento y mejora del capital humano.

Programas FEDER –FSE

Las Cámaras de Comercio disponen de una gran capacidad de dinamización y sensibilización como vehículo conductor entre las Administraciones Públicas y las empresas, facilitando así las actuaciones público-privadas.

Atesoran una dilatada experiencia en gestión de programas, ya sea con fondos propios o con fondos europeos y nacionales, en los que han obtenido resultados muy positivos y de éxito. Aportan, además, capacidad de agregación y colaboración con instituciones locales, regionales y todo tipo de asociaciones, fundaciones o sociedades, tal como se viene demostrando en la variedad de proyectos ejecutados por las Cámaras de Comercio.

Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente

Oficina central.

- Consultas sobre agricultura, ganadería, alimentación, desarrollo rural, pesca, acuicultura, etc.

Pº. Infanta Isabel, 1 - 28071 Madrid
Teléfono: 91 347 53 68 / 91 347 57 24
Fax: 91 347 54 12
Web: <http://www.magrama.gob.es/es/>
Email: informac@magrama.es

Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación

Oficina central.

- Plaza de la Provincia, 1 - 28012 Madrid
Teléfono: 91 379 97 00 / 91 379 83 00
Web: www.mae.es
Email: informae@mae.es


OTRAS ENTIDADES DE REFERENCIA:

ASOPROVAC (Asociación Española de Productores de Vacuno de Carne)

Oficina central.

- Avenida De Europa 20-b (Alcobendas) Madrid 28108
Teléfono: 91 490 96 11
Fax: 91 490 97 33
web: www.asoprovac.com

COAG (Coordinadora de Organizaciones de Agricultores y Ganaderos)

- Agustín de Bethencourt, 17, 5ª p. 
28003 MADRID
Teléfono: 91 534 63 91
Fax: 91 534 65 37
Web: www.coag.org

UPA (Unión de pequeños Agricultores y Ganaderos)

- Agustín de Betancourt, 17. 3º 
28003 MADRID
Teléfono: 91 554 18 70
Fax: 91 554 26 21
Web: www.upa.es

ASAJA (Asociación Agraria Jóvenes Agricultores)

- Agustín de Bethencourt, 17 – 2º Planta 
28003 MADRID
Teléfono: 91 533 67 64
Fax: 91 534 92 86 / 91 535 11 02
Web: www.asaja.com

Cooperativas Agro-Alimentarias

- Agustín de Bethencourt, 17, 4ª Planta 
28003, Madrid
Teléfono: 91 535 10 35
Fax: 91 554 00 47
Web: <http://www.agro-alimentarias.coop>



www.invac.org

¿Quién forma parte de INVAC?

Sector productor	Sector transformador/comercializador
	
	
	
	
	



Cualquier opinión contenida en este documento es responsabilidad exclusiva de la Organización Interprofesional de la Carne de Vacuno Autóctono de Calidad, INVAC y no representa la opinión del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

