



Exportar a Finlandia



Índice

- | | |
|-----------|---|
| 3 | Prefacio |
| 4 | Finlandia como mercado de exportación |
| 9 | Cumplimiento de los requisitos legales |
| 15 | Normas y códigos del sector privado: una parte indispensable de la actividad comercial en nuestros días |
| 19 | Del precio de exportación al precio del minorista |
| 22 | Para más información |

Fotos: Asociación para la promoción del comercio justo en Finlandia: 6, 7, 13 y Shutterstock
Maquetación: Innocorp Oy
Impreso por: Erweko Painotuote Oy 2008

Prefacio

Los países en vía de desarrollo tienen cada vez más importancia en los intercambios comerciales con Finlandia. En los últimos años, las importaciones desde países en vía de desarrollo han sobrepasado por mucho el crecimiento de las importaciones desde países desarrollados. Una demanda creciente de nuevos productos y servicios abre nuevas oportunidades para los exportadores pequeños y grandes de los países en vía de desarrollo. Al mismo tiempo, a los consumidores finlandeses les importa la seguridad, la sostenibilidad medioambiental y unas condiciones laborales justas, y exige que los productores y proveedores de servicios trabajen con unos elevados estándares éticos y de calidad.



Esta publicación tiene como fin servir como una guía de fácil comprensión para exportadores pequeños y grandes de países en vía de desarrollo interesados en exportar a Finlandia. Si bien el énfasis está en facilitar el intercambio comercial con los países en vía de desarrollo, espero que la información que ofrecemos en esta publicación sea beneficiosa para todos los exportadores interesados, sea cual sea su origen. Este documento ofrece una visión de conjunto del mercado finlandés, sus prácticas comerciales y las normas y los reglamentos exigidos. Los procedimientos relacionados con la exportación a Finlandia pueden parecer complicados, pero distintas organizaciones pueden ofrecer ayuda para cumplir con las normas y los reglamentos exigidos y para encontrar posibles socios comerciales. Al final de esta publicación encontrará más información y datos de contacto.

Finlandia es Estado Miembro de la Unión Europea y un país relativamente pequeño, por lo que puede constituir para los exportadores ambiciosos un buen punto de apoyo para la entrada en los mercados europeos a mayor escala. Los reglamentos y las prácticas vigentes en Finlandia y en la Unión Europea están armonizados en gran medida. Por lo tanto, esta publicación proporciona información útil también a los exportadores interesados en otros países europeos.

Esta publicación forma parte del esfuerzo constante de Finlandia por promover el comercio con los países en vía de desarrollo y para ofrecerles oportunidades para participar mejor en la economía mundial. Espero que sea una herramienta útil para las compañías extranjeras, las Administraciones públicas y las ONGs a la hora de ofrecer información sobre Finlandia como socio comercial.

Paavo Väyrynen
Ministro de Comercio y Desarrollo



Finlandia como mercado de exportación

Un país pequeño con un elevado nivel de vida

Finlandia es el país más septentrional de la Unión Europea. Limita al oeste con Suecia y Noruega, al este con Rusia y al sur (cruzando el golfo de Finlandia) con Estonia.

Su población es aproximadamente de 5,3 millones de personas, de las cuales las dos terceras partes viven en áreas urbanas. La capital de Finlandia, Helsinki, se encuentra en la costa meridional. Otras ciudades importantes son Turku, Tampere, Jyväskylä, Kuopio y Oulu. Aproximadamente un millón de personas viven en el área metropolitana de Helsinki. La densidad de población es bastante baja, con 15,5 habitan-

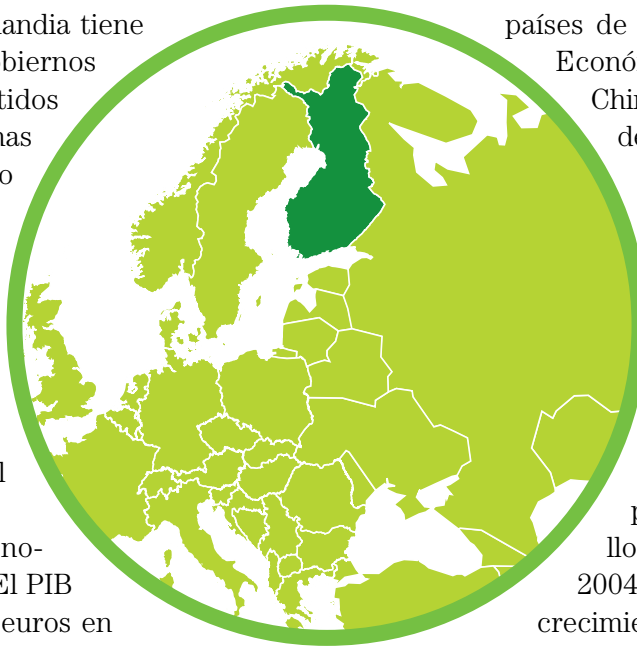
tes por kilómetro cuadrado. Por su origen étnico, la población es muy homogénea y sólo cerca del 2% de la población es de origen extranjero. Las lenguas oficiales son el finlandés (el 94% de la población habla finlandés como lengua materna) y el sueco (6%).

La historia de Finlandia está muy vinculada a la de los países vecinos. En el siglo XII, los primeros misioneros llegaron desde Suecia cruzando el Mar Báltico, convirtiendo a Finlandia en parte de la corona sueca. En 1809, Suecia entregó Finlandia a Rusia, de la cual Finlandia se declaró independiente en 1917. En 1995, Finlandia entró en la Unión Europea (UE) y en 2002, Finlandia adoptó el euro como moneda única a la vez que otros países de la zona euro.

En cuanto a política, Finlandia tiene una larga historia de gobiernos formados por varios partidos en coalición. Tras las últimas elecciones al parlamento celebradas en la primavera de 2007, el Gobierno fue formado por los principales partidos, el Partido de Centro y el Partido de Coalición Nacional. Los Socialdemócratas son el principal partido de la oposición.

Finlandia es una economía industrial avanzada. El PIB per cápita fue de 33.803 euros en 2007. El valor de las exportaciones en 2007 fue de 65.500 millones de euros, siendo los principales sectores la electrónica, la maquinaria y los aparatos eléctricos, así como metales y productos forestales. Los países de la UE suponen el 63% de las exportaciones y los principales países destinatarios fuera del Espacio Económico Europeo¹ son Rusia, China, Japón y los países del Consejo de Cooperación del Golfo (CCG).

El valor de las importaciones fue de 59.500 millones de euros, de los cuales el 56% correspondieron al área de la UE. Los principales



países de origen ajenos al Espacio Económico Europeo son Rusia, China, EE.UU., Japón y Corea del Sur.

El valor de las importaciones desde países en vía de desarrollo fue de 10.100 millones de euros, es decir, el 17% de todas las importaciones de 2007. La tasa de crecimiento de las importaciones desde países en vía de desarrollo fue del 24% de media de 2004 a 2007. La tasa media de crecimiento de las importaciones totales fue del 13%, mientras que las importaciones desde la UE crecieron de media un 10% durante el mismo periodo. En los próximos años, el potencial de crecimiento es similar, lo que para los países en vía de desarrollo presenta unas oportunidades muy prometedoras a la hora de aumentar sus operaciones con Finlandia.

Un mercado minorista organizado eficientemente

El valor total del mercado minorista finlandés es aproximadamente de 34.000 millones de euros (2007), repartido entre 29.000 comercios minoristas. Durante los últimos 10 años, el consumo ha aumentado de media un 3% anual. Del presupuesto doméstico medio, los alimentos suponen en la actualidad aproximadamente el 12%, si bien esta cuota está retrocediendo. Los grupos de productos en crecimiento son artículos para interiores, cuidado del hogar y salud.

La cifra anual de ventas de los grandes almacenes es de más de 6.000 millones de euros, la de las tiendas de alimentación (incluidos los hipermercados) más de 12.000 millones de euros, las tiendas de textil cerca de los 2.000 millones de euros y las tiendas de deportes cerca de 1.000 millones de euros. Las grandes cadenas dominan la mayoría de los sectores del comercio minorista. En el sector de la alimentación, las tiendas de





autoservicio suponen casi el 100% del negocio, con un número limitado de tiendas de alimentación especializadas.

Los principales grupos están ampliando sus operaciones también a los demás Países Nórdicos, las Repúblicas Bálticas y Rusia, lo que supone que el éxito en el trabajo con estos grupos minoristas puede dar lugar a vender en un mercado mucho más amplio que el mercado finlandés en concreto.

Principales entidades del comercio minorista

En los productos alimentarios, los principales grupos son S-Group, Kesko y Tradeka. S-Group es una cooperativa de consumo que contaba en 2006 con una cuota de mercado del 39,9% y cuya compañía de logística se denomina Inex Partners. Kesko y los “K-minoristas” constituyen conjuntamente el segundo grupo en tamaño (33,4%).

Tradeka, cuya empresa logística es Tuko Logistics, tiene una cuota de mercado del 11,9%, mientras que la cadena de descuento alemana Lidl representa el 4,1%. Cerca del 10% del mercado corresponde a compañías pequeñas no pertenecientes a las grandes cadenas.

Las tres compañías más grandes de almacenes son S-Group (grandes almacenes Sokos e hipermercados Prisma), Kesko (hipermercados K-City-market, grandes almacenes Anttila, Kodin Ykkönen para el hogar y la decoración de interiores) y Stockmann.

En el sector textil, el mercado está dominado por los grandes almacenes. De las compañías especializadas en textil, las principales son H&M, Texmoda Fashion Group, Seppälä y Lindex (las dos últimas pertenecientes a Stockmann).

En productos deportivos, Kesko con sus distribuidores Intersport y los grandes almacenes dominan el mercado.

Organización centralizada de las compras y otros servicios auxiliares de las tiendas

Todas las grandes cadenas tienen estrictos conceptos de tienda, incluso si éstas son gestionadas por empresarios privados.

La planificación de los espacios de la tienda, las compras, la logística, el surtido básico, el marketing e incluso las decisiones de compra están a cargo de la organización central. Esto facilita el trabajo de los proveedores, dado que supone menos personas con las que tratar y los volúmenes de compra de cada cadena pueden ser centralizados. Por otro lado, conseguir que un producto sea elegido como parte del surtido básico de una cadena exige grandes volúmenes de venta, lo cual supone una desventaja para los proveedores pequeños que venden a una o algunas tiendas individuales.

Una parte creciente de los surtidos básicos de los minoristas corresponde a sus propias marcas, producidas de acuerdo con las especificaciones



del grupo minorista. Estas marcas son especialmente habituales en el sector de los alimentos y los productos cotidianos, pero también están ganando presencia en la ropa, el textil para el hogar y otros productos especiales.

El surtido básico de una cadena supone normalmente del 60% al 80% de las ventas, pero los minoristas integrados en la cadena pueden elegir individualmente una buena cantidad de productos para el surtido específico de sus tiendas. Los minoristas compran principalmente estos productos a proveedores cercanos o, en el caso de los productos importados, del así llamado surtido de almacén que la organización central ofrece para estos fines. Por lo tanto, los proveedores que son demasiado pequeños para dar servicio a toda la cadena siguen teniendo muchas posibilidades de vender a través del surtido de almacén.

Conexiones con alianzas europeas

La compra de cada cadena está centralizada no sólo nacionalmente, sino en muchos casos también en el ámbito europeo. Kesko Food es miembro de Associated Marketing Services (AMS), una alianza de compras estratégicas con sede en los Países Bajos. S-Group tiene sus propios canales a través de CoopNorden, Tuko Logistics es miembro de United Nordic Inc., Bigs y EMD, Intersport Finland está asociada con Intersport International, etc. Todo esto significa que algunas decisiones de compra se hacen en estas alianzas, y que estas alianzas tienen sus propias marcas presentes en toda Europa, como Euroshopper en el caso de los miembros de AMS.

Compañías importadoras al servicio de grupos minoristas y tiendas individuales

Habitualmente, los grandes grupos minoristas compran al menos la mitad de los productos importados directamente de sus proveedores extranjeros, y se encargan del transporte y de



todos los trámites de importación. También pueden comprar de empresas de intermediación internacionales que representan a distintos proveedores pequeños y grandes.

Además de estos socios comerciales internacionales, también existen muchas compañías importadoras y agentes especializados en determinados sectores, con sede en Finlandia, que importan y venden productos a grupos minoristas y a otros clientes. En su mayor parte, se trata de empresas familiares pequeñas que están habitadas a trabajar tanto con pequeños proveedores como con clientes minoristas de menor tamaño. Prácticamente todos estos agentes son miembros de la Federación Finlandesa de Agentes de Comercio Internacional, una asociación de agentes comerciales, distribuidores e importadores. En su página Web (www.agenttiliitto.fi) encontrará sus miembros, clasificados por grupos de productos. De los 18 grupos de productos, los más grandes son el grupo de la ropa y del calzado, de los textiles, de artículos de cuero y accesorios de la industria de la moda, y de los artículos para el equipamiento y el cuidado del hogar.

Los finlandeses, socios comerciales fiables

La cultura empresarial finlandesa se basa en un alto nivel de ética y de estándares: los finlandeses son gente de palabra y respetan las reglas y la legislación. Tienen un compromiso constante con un alto nivel de integridad y las tasas de corrupción y soborno han sido siempre muy bajas. En las negociaciones comerciales, los finlandeses no se sienten inclinados a charlar, sino que mantienen la distancia y van muy rápidamente a la cuestión a tratar. Son muy puntuales en cuanto a las horas pactadas y muy directos a la hora de tratar cualquier asunto. Un 'sí' es definitivamente un 'sí' y un 'no' nunca suele significar 'quizás'. A veces su franqueza puede confundirse con una cierta falta de tacto, pero tras acostumbrarse, las comunicaciones con los finlandeses son siempre claras y fáciles.

Si tiene intención de vender productos a socios comerciales finlandeses, es aconsejable saber qué cosas estos socios valoran en las operaciones comerciales: negociaciones eficientes, ofertas y condiciones explícitas, calidad uniforme, puntualidad y cumplimiento de la legislación, de los contratos y de cualquier otro requisito especificado. Cuando los finlandeses encuentran un proveedor fiable, que se esfuerza en realizar entregas seguras y puntuales y ofrece una buena relación precio/calidad/ética, tienden a establecer relaciones comerciales duraderas.



Información práctica ofrecida por compradores finlandeses

- Los consumidores finlandeses son muy sensibles a la calidad y están familiarizados con la alta tecnología.
- Las lenguas oficiales son el finlandés y el sueco, pero una gran parte de la población habla inglés.
- La información suministrada acerca de productos de consumo y servicios debe estar tanto en finlandés como en sueco o, si corresponde, transmitirse mediante signos o símbolos instructivos o de precaución universalmente reconocidos.
- Todos los documentos solicitados por el comprador deben adjuntarse a las facturas y los envíos.
- Los productos deben presentar los adhesivos o etiquetas solicitados por el comprador.
- En todos los productos de venta minorista se utilizan códigos de barras.
- En cuanto a ropa y calzado, deben usarse las tallas y unidades de medida finlandesas.
- Resulta aconsejable utilizar los tamaños de paquete solicitados por el comprador.
- Los paquetes deben cumplir los requisitos medioambientales.
- Los paquetes de transporte y para venta mayorista deben cumplir las dimensiones estándar.
- Por su pequeña población, las cantidades pedidas son más pequeñas que en el caso de otros países de la UE.
- La responsabilidad social en la cadena de suministro es algo muy valorado y potenciado.
- Con pequeños volúmenes, resulta aconsejable colaborar con otros exportadores pequeños o trabajar con una empresa de intermediación o un agente.
- Las exposiciones internacionales pueden ser una útil forma de contacto.



Cumplimiento de los requisitos legales

La exportación a Finlandia no sólo está sujeta a la legislación finlandesa, sino también a la de la UE, lo que puede complicar el proceso. Sin embargo, todos los obstáculos se pueden superar al encontrar un cliente que está realmente interesado en sus productos, confía en su calidad y capacidad de suministro y considera competitivos sus precios. Dado que su cliente será considerado en la mayoría de los casos como importador de sus productos, será él quien le indique los requisitos.

La legislación de la UE establece provisiones detalladas acerca de las normas de protección de los consumidores, la mano de obra y el medio ambiente. El grupo de productos más estricto

es el de los alimentos, mientras que la legislación específica de ciertos sectores de productos especiales es mucho más flexible. Por supuesto, cuanto mejor sea el grado de cumplimiento de las normas europeas al iniciar su proyecto de exportación, más fácil será vender a clientes finlandeses y europeos. Y al comenzar el intercambio comercial, no hay alternativa: es imprescindible cumplir los requisitos.

La legislación de la UE se aplica en forma de reglamentos y directivas. Los reglamentos se aplican directamente de forma literal en los Estados Miembros de la UE, mientras que las directivas deben ser adaptadas en forma de legislación nacional de obligado cumplimiento en cada



Estado Miembro. Resulta imposible describir en esta publicación toda la legislación relativa a las exportaciones a Finlandia. Por lo tanto, sólo se mencionan los reglamentos esenciales, junto con sus páginas Web correspondientes, donde podrá obtener información más detallada sobre cada asunto. En cualquier caso, los derechos y obligaciones en virtud de la normativa deben compararse en los textos legislativos oficiales.

Seguridad de productos

La UE cuenta con una legislación general relativa a la seguridad de los productos: la Directiva 2001/95/CE¹ prohíbe la puesta a la venta de productos que suponen un riesgo para la salud de los consumidores a causa de sustancias peligrosas o una construcción insegura. Esta Directiva se aplica a todos los productos del mercado de consumo. Dado que puede considerarse una Directiva marco, está complementada por Directivas de seguridad de producto específicas, como las que tratan la seguridad de los alimentos, juguetes, artículos para niños, aparatos eléctricos, etc. Las Directivas CE (o de “Nuevo Enfoque”)² abarcan más de 20 grupos de productos diferentes que presentan un riesgo potencial para el consumidor. El importador es responsable de obtener el marcado CE para estos productos.

También existe un gran número de normas técnicas relativas a los requisitos de los productos. Cada Estado Miembro de la UE tiene sus organismos nacionales de normalización, pero dado que todas las normas nacionales tienen un origen común, el texto de la norma obtenido en Finlandia es válido en otros países de la UE y viceversa.

Si la producción incluye el uso de productos químicos, es necesario estudiar el reglamento de la UE relativo a los productos químicos y su uso seguro. La Directiva (CE 1907/2006) se conoce como REACH (registro, evaluación, autorización y restricción de sustancias y preparados químicos³) y su objetivo es reforzar la protección de la salud humana y del medio ambiente. Los fabricantes e importadores tendrán una mayor responsabilidad en la gestión de los riesgos asociados a los productos químicos y el registro de la información necesaria en una base de datos central gestionada por la Agencia Europea de Sustancias y Preparados Químicos (ECHA) con sede en Helsinki, Finlandia.

Los fabricantes, importadores y distribuidores deben cooperar para ofrecer a los consumidores la información necesaria acerca de la seguridad de los productos, ya sea etiquetando el produc-



to o proporcionando instrucciones de uso claras. Los importadores y distribuidores deben monitorizar la seguridad de los productos que comercializan y tomar las medidas necesarias para evitar posibles riesgos. Esto puede suponer la retirada del producto del mercado, información a los consumidores, recuperación de productos ya suministrados a los consumidores, etc.

Las autoridades de vigilancia del mercado de la UE han establecido una red europea, denominada RAPEX¹, el sistema comunitario de intercambio rápido de información, para todos los productos peligrosos excepto alimentos, productos farmacéuticos y dispositivos médicos. La Comisión de la UE publica un resumen semanal de notificaciones del sistema RAPEX.

Responsabilidad sobre los productos

La seguridad de los productos debe ser siempre controlada antes de que un producto entre en el mercado, con el fin de evitar casos de responsabilidad de productos. Si un consumidor puede demostrar que un producto defectuoso le ha causado lesiones personales o daños materiales, puede exigir una compensación económica del distribuidor en primera instancia, según la Directiva de responsabilidad de productos de la UE². A su vez, el distribuidor tiene derecho a reclamar al importador, fabricante o cualquier otra entidad que le preceda en la cadena de distribución. La Directiva abarca todos los productos industriales, pero por ejemplo no incluye la agricultura, que está cubierta por una legislación separada.

Seguridad de los alimentos

Dado que la seguridad de los alimentos es un asunto muy importante en Europa, los productos alimentarios están sujetos a un amplio conjunto de reglamentos. El último reglamento marco implementado en todos los Estados Miembros de la UE y que ha dado lugar a una armonización completa es el Reglamento de legislación alimen-



taria CE 178/2002³. La legislación alimentaria tiene como fin garantizar un alto nivel de protección de la vida humana y la salud con una consideración adecuada de la salud y el bienestar de los animales, la salud de las especies vegetales y el medio ambiente. Este enfoque integrado “de la granja al tenedor” se considera un principio general en la política de seguridad alimentaria de la UE.

La legislación relativa a los alimentos evolucionará continuamente en el futuro. Los requisitos aplicables a productos abarcan áreas como contaminantes, niveles máximos de residuos, higiene (reglamentos de la UE sobre higiene de los productos alimenticios CE 852, 853 y 854/2004 y los sistemas de análisis de peligros y puntos críticos de control (APPCC)), irradiación, etiquetado y otros factores, dependiendo del producto. Por ejemplo, los productos alimentarios de origen animal deben provenir de establecimientos aprobados por la CE, en algunos casos se requieren certificados sanitarios especiales, y muchos productos son inspeccionados y analizados a su llegada y deben ser autorizados antes de su salida al mercado.

Los productos alimentarios comercializados como “ecológicos” deben cumplir los reglamentos de la UE (CEE 2092/91) y deben ser certificados

por un organismo independiente y etiquetados correspondientemente. Los requisitos especiales aplicables a las exportaciones de productos ecológicos desde países en vía de desarrollo se estipulan en el Reglamento del Consejo CE 1788/2001¹.

Envasado y etiquetado

El objetivo principal del envasado es garantizar la permanencia de la calidad original y la higiene del producto hasta el consumidor. También existen distintos requisitos legales para el envasado y el etiquetado de distintos productos en función de si están destinados a uso industrial o al consumo. También en este caso, el objetivo es proteger la salud y la seguridad de los consumidores y ofrecerles información pertinente acerca de los productos.

Un grupo de Directivas de la UE (Reglamento Marco CE 1935/2004)² especifica qué materiales, tipos de plásticos y cartones pueden usarse en los envases que están en contacto directo con los alimentos. La Directiva de envases³ contiene provisiones para la prevención de los residuos de envases, la reutilización de los envases y la recuperación y el reciclaje de los residuos de envases. El importador es responsable de la

Reglas generales de etiquetado

- Los productos de consumo deben estar etiquetados en las lenguas nacionales del país de comercialización o, si corresponde, mediante signos o símbolos instructivos o de precaución universalmente reconocidos.
- Las etiquetas y marcados deben describir con exactitud el contenido del envase.
- El peso y las medidas deben indicarse en el sistema métrico decimal.
- Si corresponde, debe incluirse información para su uso seguro.
- Algunos alimentos deben incorporar la identificación del país de origen.
- El marcado CE es obligatorio en muchos productos.

implementación de esta Directiva. También existe una Directiva de denominaciones textiles⁴ que establece reglas para el etiquetado obligatorio de los productos textiles, además de numerosas Directivas sobre el etiquetado de productos, identificación del país de origen, etc.

Demostración de cumplimiento

Los importadores deben documentar el cumplimiento de los requisitos legales. En los productos de bajo riesgo, no siempre existen requisitos específicos y con frecuencia basta con una Declaración de conformidad del proveedor. En productos de mayor riesgo, puede exigirse la verificación de las propiedades del producto redactando informes de pruebas de laboratorio o informes de inspección. En algunos casos (por ejemplo en los productos ecológicos) se requiere una certificación independiente. Los requisitos relativos a la demostración del cumplimiento están establecidos en las Directivas de la UE y en otras leyes, pero los procedimientos reales pueden variar de un país a otro.



Los informes de pruebas y certificados deben encargarse a laboratorios y organismos de certificación europeos reconocidos. La acreditación por parte de un organismo de acreditación reconocido internacionalmente confirma la competencia de la organización en cuestión y refuerza el valor de su informe de prueba o certificado. Si las autoridades europeas no reconocen un documento determinado, pueden requerirse pruebas o inspecciones adicionales a la llegada del producto a Europa, lo que da lugar a retrasos y mayores costes. En algunos casos, la UE puede enviar inspectores al país de origen.

Derechos de aduana de la UE

En el área del mercado único de la UE no existen derechos de aduana por la venta de productos producidos en un país de la UE y vendidos a otro país de la UE. La importación de productos a la UE desde un país ajeno a la UE puede estar sujeta a derechos de aduana y en algunos casos también a cuotas de importación, aunque en ambos casos supone una imposición moderada. Sin embargo, existen acuerdos de libre comercio entre la UE y países ajenos a la UE, además de las preferencias autónomas establecidas por la UE. Con frecuencia, los derechos de aduana se aplican como un porcentaje del valor en aduana de las mercancías. En el caso de los productos agrícolas pueden aplicarse derechos de aduana basados en la cantidad o en el peso, o derechos por porcentaje y peso. Una vez que los productos provenientes de países ajenos a la UE han llegado al área de la UE y se han completado los trámites aduaneros, los productos quedan libres para moverse por el área del mercado único.

Los países en vía de desarrollo llevan casi 40 años beneficiándose de un trato preferencial en sus exportaciones a los países en vía de desarrollo. Uno de los acuerdos vigentes es el Sistema de Preferencias Generalizadas (SPG). Dentro del régimen SPG, los productos importados a la UE desde países en vía de desarrollo disfrutaban de reducciones arancelarias. Los productos incluidos en el régimen se dividen en dos categorías: una sensible y la otra no sensible. Los productos industriales (con la excepción de los textiles) son

principalmente productos no sensibles y no están sujetos a derechos de aduana. La mayoría de los productos agrícolas pertenecen a la categoría sensible, en la que se aplican reducciones limitadas de los aranceles.

Además, los países beneficiarios del acuerdo especial de incentivos para el desarrollo sostenible y la buena administración (SPG+) disfrutaban de un acceso libre para todos los productos, incluidos los productos sensibles.

Los países que disfrutaban de las mejores condiciones son los países menos adelantados (PMA), que disfrutaban de acceso libre de derechos y cuotas para todos sus productos excepto las armas, en virtud del acuerdo “Todo menos las armas” de la UE. Se trata de una iniciativa que también abarca el acceso libre de derechos y cuotas para los productos agrícolas, con pocas excepciones (el arroz y el azúcar, en los que se eliminarán gradualmente de aquí a finales de 2009).

Además de estos acuerdos, la UE otorga preferencias comerciales autónomas también a los países y territorios de ultramar (PTUs)¹. Esto significa habitualmente un acceso libre de derechos al mercado de la UE.

También existen acuerdos de libre comercio entre la UE y los países ACP (ACP= África, Caribe y Pacífico), basados en acuerdos de asociación económica (AAEs) o acuerdos temporales de acceso a mercados como adelanto de AAEs, algo que antes se conocía como el Acuerdo de Cotonú. También existen regímenes aduaneros preferenciales asociados a los tratados de libre comercio (TLCs), por ejemplo con México, Chile, Sudáfrica y algunos países mediterráneos (acuerdos euromediterráneos).

Si se conoce el código correcto en el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (código HS), es posible comprobar las preferencias y los derechos en el Export Helpdesk de la UE (<http://exporthelp.europa.eu>). También es posible buscar en la base de datos por el nombre del producto. También se recomienda a los exportadores de productos alimentarios que se familiaricen con las reglas relativas a las licencias y garantías de importación (www.mavi.fi), a pesar de que normalmente el comprador con sede en Finlandia se encarga de estos trámites.

Cómo beneficiarse de los derechos de aduana reducidos

- El producto debe provenir de un país en vía de desarrollo que sea beneficiario de uno de los acuerdos preferenciales de la UE (SPG, SPG+, Todo menos las armas, AAE o TLCs).
- El producto debe pertenecer a la gama de productos cubierta por el régimen pertinente.
- El producto debe satisfacer los criterios de las normas de origen y debe complementarse con una documentación satisfactoria.
- Deben usarse distintos certificados de origen emitidos por las autoridades competentes del país exportador: Formulario A (SPG) o certificados EUR.1 (AAEs y PMUs)
- El transporte debe hacerse directamente desde el país de origen hasta Finlandia (o pasando por otro país de la UE o por Suiza).
- El importador debe solicitar el trato preferencial durante el despacho de aduanas.

taciones de los PMDs, los países con AAEs o los OCTs a la Unión Europea pueden disfrutar de una mayor flexibilidad en las normas de origen.

Para demostrar el cumplimiento de las normas de origen, el exportador debe proporcionar la documentación necesaria: para el Formulario A del tratamiento SPG, un certificado de origen o una declaración en factura para los contingentes menores; para los demás regímenes de trato preferencial, principalmente el certificado EUR.1 o una declaración en factura.

Se espera que la Comisión Europea renueve las normas de origen durante las decisiones relativas al sistema SPG para los años 2009 a 2012. Esto puede suponer ciertos cambios en las explicaciones dadas anteriormente. El Export Helpdesk de la UE también proporciona información acerca de las normas de origen.

Normas de origen

Para disfrutar del trato preferencial, el producto exportado debe provenir de un país perteneciente a un tratado de libre comercio o un acuerdo preferencial. En términos generales, se considera que un producto proviene de un país beneficiario si ha sido obtenido íntegramente o procesado suficientemente en ese país. Si contiene elementos provenientes de otros países o ha sido procesado parcialmente en otro país, las normas de origen definen el origen del producto.

Los países pertenecientes a determinados grupos: ASEAN (Sureste asiático), SAARC (sur de Asia) y la Comunidad Andina (en América del Sur) tienen derecho a utilizar materia prima de otros países de su grupo sin perder su estatus de país de origen. En algunos casos, las expor-





Normas y códigos del sector privado: una parte indispensable de la actividad comercial en nuestros días

Los grupos minoristas finlandeses, como los grupos similares de toda la UE, tienen un gran interés en proteger su reputación. Todas las partes interesadas quieren conocer todos los detalles del comportamiento de las compañías en distintas situaciones y ejercen una gran presión sobre los legisladores para producir más normas y reglamentos para el control de las compañías. Los medios de comunicación son muy activos y mantienen estos aspectos en el punto de mira, especialmente si detectan cualquier incumplimiento de las normas o cualquier comportamiento poco ético. Además, por ejemplo los consumidores prestan cada vez más atención a las condiciones de la cadena de suministro,

especialmente en cuanto a los efectos de la producción sobre el medio ambiente y la mano de obra. A pesar de que el cumplimiento de las normas del sector privado no es algo exigido por la normativa vigente, con frecuencia las compañías privadas las utilizan en la práctica como condición previa para cualquier operación comercial.

Fomento de la responsabilidad corporativa

Un aspecto clave es la responsabilidad corporativa, que se apoya en tres pilares: responsabilidad económica, medioambiental y social. Entre 2003



y 2004, la Comisión Europea creó un grupo de trabajo conocido como el Foro multisectorial sobre la responsabilidad corporativa de la UE, con el fin de reunir a todos los agentes interesados en trabajar sobre este asunto. El resultado de estas discusiones fue una declaración de que todas las normas necesarias existen ya: legislación nacional, Directivas de la UE, acuerdos medioambientales internacionales, convenciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), Declaración Universal de los Derechos Humanos, Convención sobre los Derechos del Niño, etc. El problema básico es que muchos de los acuerdos y convenciones suscritos internacionalmente con el objetivo de proteger el medio ambiente y a los trabajadores, no han sido implementados aún con una eficacia suficiente en la legislación nacional de muchos países en vía de desarrollo.

Los códigos y normas, herramientas útiles

El grupo de trabajo de la UE decidió motivar las empresas a reforzar sus esfuerzos voluntarios existentes y a iniciar nuevos esfuerzos. Entre las medidas voluntarias típicas están el uso de normas de calidad, medioambientales y sociales e indicaciones de información, así como la participación en iniciativas mundiales, nacionales o sectoriales. En muchos casos, los compradores utilizan las normas como parte de sus requisitos básicos frente a los proveedores. A pesar de que no se exige oficialmente, un proveedor certificado siempre tiene preferencia sobre un proveedor no certificado. La certificación es realizada siempre por auditores especializados y capacitados,

pertenecientes a un organismo de certificación neutral. En lo referente a las normas ISO, encontrará los nombres de los organismos de estandarización en www.iso.org.

Muchas compañías con experiencia en el comercio internacional han empezado a publicar Códigos de Conducta. Estos documentos normalmente incluyen los requisitos exigidos por la compañía a sus proveedores en cuanto a la normativa laboral y determinados aspectos medioambientales. También expresan las normas éticas que los compradores deben seguir en su trato con los proveedores. Con mucha frecuencia estos Códigos se basan en las normas estándar, dado que las compañías no desean desviarse de estos principios aceptados internacionalmente. Los Códigos también pueden ser auditables. Con frecuencia la compañía compradora audita a los proveedores, pero estas auditorías también pueden ser realizadas por un organismo independiente.

Los grupos minoristas finlandeses (así como las industrias que trabajan con contratistas) se sienten muy cómodos con las normas y los códigos, dado que aportan a las negociaciones un lenguaje común y requisitos comunes, y evitan la necesidad de establecer nuevas normas propias. En cuanto a los proveedores, también tiene sentido evitar un exceso de monitorización superando una única auditoría de certificación que, a partir de ese momento, es válida para todos los clientes.

Gestión de calidad de procesos

El sistema de gestión de calidad más común es la norma internacional ISO 9000. En la actualidad existen más de 500.000 organizaciones certificadas en todo el mundo. La norma ISO 9000 estipula requisitos sobre la gestión y organización, documentación, gestión de recursos, control de procesos y mejora continua. Una implementación exitosa de esta norma aumenta la calidad de los productos y procesos, la eficiencia y la fiabilidad.

Especialmente en el sector alimentario, la seguridad de los productos es un asunto tremendamente importante en toda la cadena. El sistema de análisis de peligros y puntos críticos

de control (APPCC) es obligatorio por ley en muchos casos pero, debido a la creciente presión del mercado, también se aplica voluntariamente.

También se recomienda a los proveedores de alimentos que se familiaricen con los principios y las normas de la Iniciativa Global de Seguridad Alimentaria (Global Food Safety Initiative) coordinada por el CIES - Foro de la Industria de Alimentos (The Food Business Forum), una red global compuesta de empresas minoristas de alimentos y proveedores. Todas las grandes compañías (400 en total) son miembros del CIES (www.ciesnet.com).

Gestión medioambiental

La segunda de las normas ISO más conocidas es la norma de gestión medioambiental ISO 14000, con casi 70.000 certificaciones. De acuerdo con la norma ISO 14000, las organizaciones deben identificar y monitorizar sus aspectos medioambientales relevantes, desarrollar una política y un programa medioambiental y mejorar su rendimiento. Sin embargo, no se exigen objetivos específicos.

Los principales minoristas de frutas y verduras de Finlandia aplican el protocolo de certificación EUREPGAP como condición previa para sus compras. Esta iniciativa ha sido desarrollada por los minoristas europeos más grandes, y el protocolo define los elementos de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA). Las normas BPA sobre la sostenibilidad medioambiental, económica y social se aplican a la ganadería y a los procesos de producción posteriores. Además de las frutas y verduras, la certificación EUREPGAP dispone normas específicas para la alimentación animal, el ganado, las flores y el café. Existen cerca de 65.000 explotaciones agropecuarias con certificación EUREPGAP, principalmente fuera de Europa. Es importante recordar que en 2007, esta norma se denominaba GLOBALGAP.

En algunos productos alimentarios existen sistemas de certificación más pequeños, como Rainforest Alliance (principalmente para café y frutas), el café UTZ CERTIFIED, etc. La UE y la mayoría de los demás países aplican también criterios detallados en cuanto a la producción

ecológica, especificando las condiciones previas que permiten al productor recibir la etiqueta ecológica.

Condiciones laborales

Una parte cada vez más importante de la responsabilidad corporativa y la gestión de la cadena de suministro es el control de la calidad social de los proveedores, y especialmente en el caso de los países en vía de desarrollo. La calidad social se refiere a unas condiciones laborales adecuadas, incluyendo la salud y la seguridad, y unas condiciones de empleo justas.

En el ámbito internacional, las Naciones Unidas y la Organización Internacional de Trabajo (OIT) han acordado unas normas laborales mínimas que deben implementarse en la legislación nacional. Los grupos minoristas finlandeses y sus equivalentes en el resto de Europa quieren asegurarse de que los proveedores cumplen las normas de la OIT, la legislación y los reglamentos nacionales aplicables y otros requisitos legales, siempre los que resulten más estrictos. Estos requisitos constituyen típicamente la base de los códigos, las iniciativas de calidad social y las normas sociales de las compañías. Entre la lista de aspectos a monitorizar están la libertad de asociación, la mano de obra infantil, los trabajos forzados, el horario de trabajo, la remuneración y la discriminación, así como la salud y la seguridad.

La mayor iniciativa europea en cuanto a calidad social es la Iniciativa para la Responsabilidad Social de la Empresa (Business Social Compliance Initiative, BSCI), a la que pertenecen cerca de 100 cadenas minoristas, entre las que están Kesko, Inex Partners, Intrade Partners, Stockmann y Tuko Logistics de Finlandia. La BSCI cuenta con una guía muy detallada (referida tanto a la industria procesadora como al sector primario)





que los miembros de la BSCI distribuyen entre los proveedores que deseen cooperar con el sistema. El primer paso del proceso es rellenar un formulario de autoevaluación que se parece en gran medida al cuestionario de auditoría y que ayuda al proveedor a implementar los ajustes necesarios antes

de invitar al auditor. Las auditorías de la BSCI son realizadas siempre por organismos de certificación internacionales, y los informes de las auditorías se registran en una base de datos común albergada en la página Web de la BSCI, de forma que todos los miembros interesados en el proveedor puedan ver el resultado de la auditoría y evitar con ello dobles auditorías.

Las auditorías de la BSCI no dan lugar a una certificación, porque no abarcan los sistemas de gestión ni la documentación de una forma tan

exhaustiva como las normas ISO. Si un proveedor desea ser certificado, el paso siguiente tras la aprobación de la BSCI es crear el sistema de gestión necesario y pedir al mismo auditor que realice una auditoría de responsabilidad social SA 8000. La norma SA 8000 es una norma social de ámbito mundial desarrollada por la organización estadounidense Social Accountability International.

En el sector alimentario, la certificación FairTrade refleja en su mayor parte los mismos asuntos sociales que la SA 8000 y la BSCI, con la diferencia de que FairTrade incorpora requisitos medioambientales y garantiza a los productores tanto un precio mínimo estable como una determinada prima que debe aplicarse a proyectos de desarrollo social. En 2007, cerca de 300 productos con certificación FairTrade fueron vendidos en Finlandia por distintas entidades con licencia (las mayores cadenas minoristas y muchas tiendas más pequeñas), por un total de más de 30 millones de euros. Además de alimentos, la certificación FairTrade abarca ahora también las flores, los cosméticos y las prendas de algodón.

Un consumo ético abre nuevos mercados

Distintas compañías importadoras finlandesas han desarrollado ya colaboraciones con compañías de países en vía de desarrollo. Una compañía finlandesa importadora y mayorista de té importa productos de más de 20 países. Con el fin de evitar intermediarios, esta compañía compra directamente en los países productores de té, aromatizando y envasando los productos en su planta de Finlandia. Algunos de los productos se exportan a Rusia, Suecia, Suiza, Bélgica y las Repúblicas Bálticas.

La gama de productos de la compañía abarca 11 tipos de té producidos en plantaciones de la India y Sudáfrica que han recibido la certificación FairTrade. La marca FairTrade en un producto garantiza que las comunidades productoras de los países en vía de desarrollo reciben un pago justo por su trabajo.

Según el Director general de la compañía, la certificación FairTrade abre nuevas oportunidades de mercado para nuevos productos, porque los finlandeses valoran y exigen unos métodos de producción éticos y sostenibles.

A pesar de su naturaleza ética, las operaciones comerciales FairTrade están sujetas a las mismas reglas económicas de cualquier otro tipo de comercio. "Si el producto no tiene una buena calidad, el consumidor sólo compra una vez el artículo producido éticamente. Por eso para

nosotros lo más importante es el sabor del té. El valor añadido aportado por el aspecto ético no sirve para nada si las cosas básicas no están en orden", explica el Director general. Éste es un motivo por el que la compañía eligió sus primeros té FairTrade de los mismos productores con los que ya estaba trabajando.

Con frecuencia, los productores FairTrade suelen ser pequeños y esto supone un reto desde el punto de vista del importador. "Si los volúmenes de los productores FairTrade no cubren la demanda, deben unir sus fuerzas o trabajar con un agente exportador que también trabaje con productos convencionales", agrega. De esta forma, las comunidades productoras pequeñas también acumulan conocimientos acerca de aspectos de calidad y normalización.

"Si una compañía quiere exportar a Finlandia, debe darse a conocer viniendo aquí, por ejemplo asistiendo a las ferias especializadas pertinentes. Otra opción es participar en las principales ferias europeas e invitar a asistir a sus socios comerciales finlandeses. Hacer negocios siempre es más fácil si conoces bien a las personas con las que estás trabajando y los productos que te pueden ofrecer", comenta.



Del precio de exportación al precio del minorista

Antes de que un producto se ponga a la venta en un comercio minorista finlandés, es sometido a un buen número de medidas prácticas que también influyen en el precio de venta final.

Condiciones de entrega y pago

En la negociación con proveedores, no sólo se habla del precio de exportación, sino también de las condiciones de entrega, transporte y pago. Las decisiones tomadas en este sentido determinarán qué parte corre con los gastos derivados de la car-

ga y descarga, el transporte, el pago de los derechos de aduanas, seguros, etc. y qué costes tiene que añadir el proveedor al precio de exportación.

Los Incoterms 2000, desarrollados por la Cámara de comercio internacional (CCI) constituyen una herramienta reconocida internacionalmente a la hora de delimitar responsabilidades. Distintos términos de entrega, como FOB, CIF, FRANCO FÁBRICA y FAS, son aplicados de forma habitual. Para más información acerca de los Incoterms, visite www.iccwbo.org/incoterms.

Con frecuencia el importador paga el transporte y, si es su primer contacto con ese merca-



Derechos de aduana, Impuesto sobre el valor añadido (IVA), sobretasas

Como se explica en la página 13, las exportaciones a los Estados Miembros de la UE están sujetas a derechos de aduana con algunas excepciones, especialmente en el caso de los PMDs. El porcentaje de los derechos aduaneros está normalmente entre el 5% y el 14% en el caso de los productos industriales. En los productos agrícolas, el sistema es algo más complicado.

Los derechos de aduana se cobran al entrar el producto en el país. A la hora de calcular los derechos, los costes de transporte hasta la UE se cuentan como parte del precio de importación. Otro coste en la frontera es el Impuesto sobre el valor añadido (IVA), que en Finlandia es del 17% en los alimentos y del 22% en otros productos. Antes de calcular el IVA de un producto importado, se incorporan al precio de importación los derechos de aduana, las posibles sobretasas y el transporte hasta el destino. Los importadores, mayoristas y minoristas pagan el IVA sobre el valor que añadan al precio.

En Finlandia también hay sobretasas para algunos productos, como el alcohol y el tabaco. Estas tasas pueden ser incluso mayores que el IVA.

do, quizá desee información y asesoramiento del proveedor acerca de las opciones existentes.

Otra alternativa es que el vendedor corra con todos los gastos del recorrido hasta el destino final. Sea quien sea la parte que se encargue del transporte, resulta aconsejable contar con los servicios de un agente transitario o de transportes.

Una entrega rápida y fiable es de la máxima importancia hoy día. La mayoría de los clientes finlandeses no toleran ningún retraso y los incumplimientos en este sentido pueden dar lugar muy pronto a la cancelación de pedidos y la suspensión de la cooperación.

En cuanto al pago, el importador está interesado en obtener las mejores condiciones de crédito posible, mientras que el exportador desea un pago rápido y fiable. Las condiciones de pago internacionales más habituales y sus riesgos para los vendedores y compradores pueden examinarse, por ejemplo, en www.foreign-trade.com/reference/payment.cfm.



Márgenes comerciales

El precio de venta final pagado por los consumidores depende del número de intermediarios en la cadena de productos, el tipo de producto y mercado y la situación competitiva.

En la actualidad, los minoristas finlandeses tienden a reducir el número de intermediarios con el fin de mantener unos precios bajos. Por lo tanto, muchos grupos minoristas omiten a los mayoristas y compran directamente de los importadores, o incluso omiten los importadores independientes y en su lugar importan ellos mismos directamente de los proveedores. Como se explicaba en la página 5, el mercado finlandés ha avanzado mucho hacia la integración del comercio mayorista y minorista, lo que permite reducir costes y aumentar la competitividad.

Los márgenes típicos en la venta minorista son del 30% al 40% del precio de venta en productos especializados, como ropa, textiles para el hogar, calzado, artículos deportivos, etc., y del 20% al 30% en alimentos y otros productos de consumo diario.



Un ejemplo de cálculo de precios

Precio de exportación del proveedor (FOB)	100,00
+ transporte, seguros, etc.	15,00
Precio CIF en la frontera con Finlandia	115,00
+ derechos de aduana (normalmente del 5% al 14%)	15,00
Coste descargado	130,00
Margen del grupo minorista (con importación propia)	
+ margen del 40% del precio minorista	86,67
Precio de venta al público (sin IVA)	216,67
+ IVA 22%	47,67
Precio de venta al consumidor	264,34

¹ El Acuerdo que crea el Espacio Económico Europeo abarca Noruega, Islandia y Liechtenstein, además de la UE.

² http://ec.europa.eu/consumers/safety/prod_legis/index_en.htm

³ ec.europa.eu/enterprise/newapproach/

⁴ ec.europa.eu/environment/chemicals/

⁵ ec.europa.eu/consumers/safety/

⁶ ec.europa.eu/enterprise/regulation/goods/liability_en.htm

⁷ ec.europa.eu/food/food

⁸ <http://eur-lex.europa.eu/en/index.htm>

⁹ http://ec.europa.eu/food/food/chemicalsafety/foodcontact/eu_legisl_en.htm

¹⁰ ec.europa.eu/environment/waste/

¹¹ ec.europa.eu/enterprise/textile/

¹² Los 21 países y territorios de ultramar (PTUs) pertenecen a cuatro Estados Miembros de la UE: Dinamarca, Francia, Países Bajos y Reino Unido. Para obtener más información, consulte <http://europa.eu/scadplus/leg/es/s05034.htm>

Para más información

El Ministerio de Asuntos Exteriores promueve la importación a Finlandia de acuerdo con el Programa de políticas de desarrollo de la Administración finlandesa (2007) y el Programa de políticas comerciales de la Administración (2005). Esto se realiza tomando las medidas oportunas con el fin de eliminar obstáculos al comercio y ofrecer servicios de información. La capacidad comercial de los países en vía de desarrollo puede reforzarse mediante la asignación de recursos para la cooperación al desarrollo con distintos fines. El Ministerio agradece cualquier información acerca de las barreras comerciales observadas por los importadores y exportadores.

Ministerio de Asuntos Exteriores
Departamento de Relaciones Económicas Exteriores
Unidad de Acceso al Mercado
tradebarrier@formin.fi
Tfno. +358 9.160 55524
Fax +358 9.160 55599
<http://formin.finland.fi/tradepolicy/importpolicy>
(Acceso a un formulario electrónico para notificaciones sobre barreras comerciales)

También puede ponerse en contacto con la embajada de Finlandia en su país. Encontrará una lista de embajadas en:
<http://formin.finland.fi/embassies>

Finnpartnership es un programa finlandés de colaboración comercial que ofrece a las compañías finlandesas una vía por la que iniciar actividades comercialmente viables en cooperación con entidades de los países en vía de desarrollo.

Finnpartnership – Programa finlandés de colaboración comercial
P.O.Box 391 (Uudenmaankatu 16 B)
FI-00121 Helsinki, Finlandia
Tfno. +358 9 3484 3314
Fax +358 9 3484 3346
www.finnpartnership.fi

Finpro y su red mundial de 50 centros de comercio con Finlandia, situados en más de 40 países, ofrecen a las compañías extranjeras servicios de contacto en todo el mundo, servicios de asistencia telefónica e información acerca de los exportadores finlandeses en Internet.

P.O.Box 358, FI-00181 Helsinki, Finlandia
Tfno. +358 204 6951, Fax +358 204 695 200
info@finpro.fi, www.finpro.fi

Asociación para la promoción del comercio justo en Finlandia

Paasivuorenkatu 2 A
FI-00530 Helsinki, Finlandia
Tfno. +358 9 5658 680
Fax +358 9 5658 6850
www.reilukauppa.fi

Confederación de Industrias Finlandesas EK

P.O.Box 30 (Eteläranta 10)
FI-00131 Helsinki, Finlandia
Tfno. +358 9 42020
Fax +358 9 4202 2299
www.ek.fi/www/en/

Federación Finlandesa del Comercio

P.O.Box 340 (Eteläranta 10)
FI-00131 Helsinki, Finlandia
Tfno. +358 9 172 850
Fax +358 9 1728 5120
www.suomenkauppa.fi/www/en

El **Consejo Nacional de Aduanas** proporciona información acerca de los requisitos específicos asociados a las importaciones.

Consejo Nacional de Aduanas
Servicio de Información Aduanera
P.O.Box 512 (Errottajankatu 15-17 A)
FI-00101 Helsinki
Tfno. +358 20 690 600
Fax +358 20 492 1812
www.tulli.fi

El **Export Helpdesk** es un servicio en línea ofrecido por la Comisión Europea. Este servicio integral gratuito y fácil de usar proporciona la información pertinente que necesitan los exportadores de los países en vía de desarrollo interesados en suministrar al mercado de la UE. <http://exporthelp.europa.eu>

El **Centro para la promoción de importaciones desde países en vía de desarrollo** (CBI) ofrece información comercial acerca del mercado de la UE, así como formación para organizaciones de países en vía de desarrollo. www.cbi.eu

- Directiva de envases
ec.europa.eu/environment/waste/
- Directivas sobre textiles
ec.europa.eu/enterprise/textile/
- Toda la legislación
eur-lex.europa.eu/es/index.htm
- Acuerdos SPG (incluidos los SPG+ y PMDs)
ec.europa.eu/trade/issues/global/gsp/index_en.htm
- Licencias de importación de alimentos
www.mavi.fi
- Control veterinario fronterizo
http://ec.europa.eu/food/animal/bips/index_en.htm

Otras fuentes de información útil:

- Federación Finlandesa de Agente de Comercio Exterior
www.agenttiliitto.fi

Legislación europea

- Seguridad de productos y RAPEX
ec.europa.eu/consumers/safety/
- Directivas CE
ec.europa.eu/enterprise/newapproach/
- REACH (sustancias y preparados químicos)
ec.europa.eu/environment/chemicals/
- Responsabilidad sobre los productos
ec.europa.eu/enterprise/regulation/goods/liability_en.htm
- Reglamento de legislación alimentaria
ec.europa.eu/food/food/

Normas y códigos

- International Organization for Standardization
www.iso.org
- SA 8000
www.sa-intl.org
- Auditorías BSCI
www.bsci-eu.org
- EUREPGAP/GLOBALGAP
www.globalgap.org
- Incoterms
www.iccwbo.org
- Condiciones de pago
www.foreign-trade.com/reference/payment.cfm
- CIES – The Food Business Forum
www.ciesnet.com

La información proporcionada en esta publicación ha sido comprobada y era correcta en el momento de la publicación. Dado que existen numerosos detalles y reglamentos relacionados con la exportación a Finlandia y a otros países de la UE, resulta imposible proporcionar información exhaustiva y actualizada en el espacio limitado de este documento. Por lo tanto, ni los autores ni los editores asumen ninguna responsabilidad por la información contenida en esta publicación. Se recomienda al lector comprobar siempre todos los detalles relativos al caso en cuestión.

Esta publicación ha sido financiada por el Ministerio de Asuntos Exteriores de Finlandia y por Finnpartnership y ha sido preparada en colaboración con la Federación Finlandesa del Comercio y el Comercio Justo.



Finnpartnership



SUOMEN KAUPAN LIITTO

**Ministerio de Asuntos Exteriores de Finlandia
Unidad de información de políticas de desarrollo**

Dirección: Kanavakatu 4 a, 00160 Helsinki

Dirección postal: Box 176, 00161 Helsinki

Teléfono: + 358 9 1605 6370

Telefax: + 358 9 1605 6375

Centralita: + 358 9 16005

Correo electrónico: keoinfo@formin.fi

Internet: <http://formin.finland.fi>



**MINISTERIO DE ASUNTOS
EXTERIORES DE FINLANDIA**