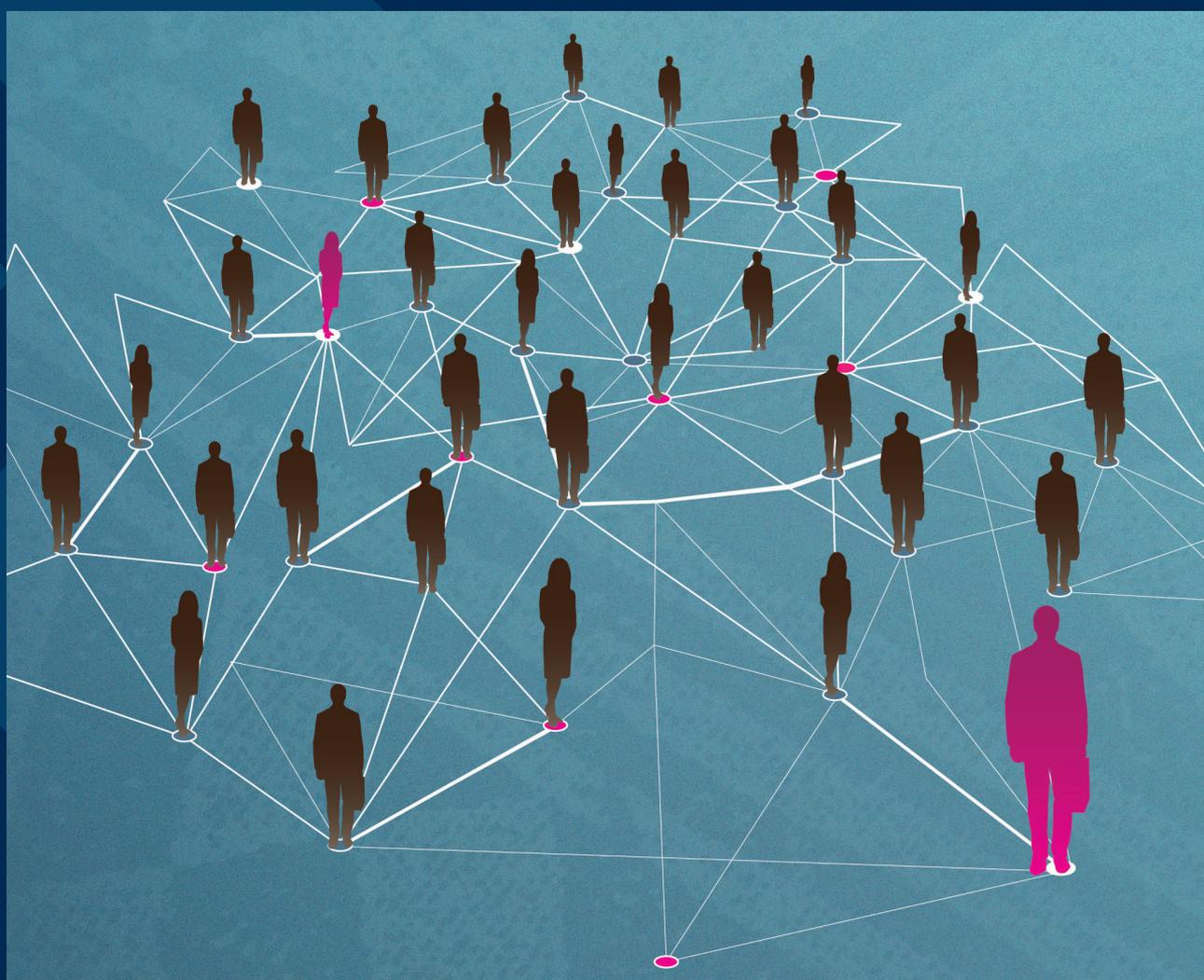


Acceso a Nuevos Mercados

GUÍA PARA REPRESENTANTES COMERCIALES



Centro de
Comercio
Internacional

EXPORTACIONES PARA UN
DESARROLLO SOSTENIBLE

© Centro de Comercio Internacional 2013

El Centro de Comercio Internacional (ITC) es la agencia conjunta de la Organización Mundial del Comercio y las Naciones Unidas.

Dirección sede: ITC
54-56, rue de Montbrillant
1202 Ginebra, Suiza

Dirección postal: ITC
Palais des Nations
1211 Ginebra 10, Suiza

Teléfono: +41-22 730 0111

Fax: +41-22 733 4439

E-mail: itcreg@intracen.org

Internet: <http://www.intracen.org>

ACCESO A NUEVOS MERCADOS

GUÍA PARA REPRESENTANTES COMERCIALES

RESUMEN PARA SERVICIOS DE INFORMACIÓN COMERCIAL

ID=43059

2013

F-08.03.02 ENT Is

Centro de Comercio Internacional (ITC)

Acceso a Nuevos Mercados: Guía para Representantes Comerciales.

Ginebra: ITC, 2013. xv, 219 págs.

La presente guía ha sido concebida para ayudar a los representantes comerciales en el exterior (RCE) en el desempeño de sus funciones. Está basada en la experiencia práctica acumulada en el marco del programa del ITC sobre Representación Comercial en el Exterior y en su metodología específica para reforzar las redes de instituciones de apoyo al comercio (IAC) de las economías en desarrollo y en transición. En su elaboración se ha tenido en cuenta la globalización y sus efectos en el comercio y el empleo, los cambios en el sistema multilateral de comercio, así como el aumento de acuerdos bilaterales y regionales, el creciente uso de Internet y de la comunicación instantánea. Trata sobre aspectos como la formación de los RCE y su asesoramiento, y presenta una serie de herramientas, métodos y posibilidades para desarrollar las capacidades de las IAC, que son las encargadas de supervisar las redes de RCE. Servirá como manual de referencia para las IAC, y les ayudará a conocer mejor los problemas que deben superar sus redes de RCE.

Descriptores: **Representación comercial, Instituciones de apoyo al comercio, Promoción de las exportaciones, Capacitación.**

Inglés, francés, español (ediciones separadas)

ITC, Palais des Nations, 1211 Ginebra 10, Suiza (www.intracen.org)

Las denominaciones empleadas en esta publicación y la forma en que aparecen presentados los datos que contiene no implican, de parte del Centro de Comercio Internacional, juicio alguno sobre la condición jurídica de países, territorios, ciudades o zonas, o de sus autoridades, ni respecto de la delimitación de sus fronteras o límites.

Imagen digital en la portada: © Centro de Comercio Internacional, Kristina Golubic

© Centro de Comercio Internacional 2013

Quedan reservados todos los derechos. Prohibida la reproducción, el almacenamiento en un sistema de recuperación de información o la transmisión de cualquier forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, electrostático, mecánico, de grabación magnética, de fotocopia o por otros métodos, de esta publicación o de alguna de sus partes sin el permiso previo y por escrito del Centro de Comercio Internacional.

P251.S/DBIS/TS/13-X

ISBN 978-92-9137-414-4

No. de venta de las Naciones Unidas S.14.III.T.1

PREFACIO

Los representantes comerciales que trabajan en países extranjeros necesitan apoyo y orientación en estos tiempos complejos; tiempos en los que la competitividad de un país se ha convertido en la esencia del desarrollo económico y social. Las instituciones de apoyo al comercio han reiterado su deseo de disponer de una versión actualizada de la publicación del Centro de Comercio Internacional. Estamos seguros de que esta nueva edición suplirá una carencia esencial y creciente.

El tema sobre el que aquí se trata ha superado la prueba del tiempo. Las dos primeras ediciones, publicadas en 1973 y 1993 respectivamente, no tardaron en convertirse en el manual de referencia de una generación de representantes comerciales y de sus organizaciones. Veinte años más tarde, en 2013, ve la luz esta tercera edición, en la que se aborda la combinación especial de diplomacia económica y aptitudes comerciales que necesita el representante comercial para hacer una contribución mensurable al desarrollo de las exportaciones de su país.

El mundo ha cambiado drásticamente desde la anterior edición. Situada en el contexto de la actual realidad económica global, la presente guía responde a las prioridades de las instituciones de apoyo al comercio. Tiene en cuenta nuevos elementos, como el impacto de la globalización sobre el comercio y el empleo; los cambios que se han sucedido en el sistema multilateral de comercio, incluido el aumento de acuerdos bilaterales y regionales; el crecimiento de las cadenas de valor, el avance de las comunicaciones gracias a las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones, y la repercusión de la gestión basada en los resultados. Todos estos cambios de ámbito mundial han transformado profundamente el día a día del entorno laboral de los representantes comerciales que trabajan lejos de sus países de origen.

Estos profesionales del comercio sienten a veces la tentación de tomar decisiones en solitario. En este sentido, la guía intenta suplir esa carencia y explora distintas opciones para trabajar en equipo y crear redes que superen las barreras geográficas y mejoren los procesos de toma de decisiones.

La temática abarca desde la planificación nacional del desarrollo, hasta la gestión de eventos para promover el comercio, la seguridad en la oficina o qué hacer cuando el representante es enviado a un nuevo destino. El libro, en definitiva, ofrece una sinopsis estratégica, sirve como manual práctico y pone de relieve la prioridad de alcanzar resultados comerciales tangibles.

La guía se enmarca en el contexto de una definición clara de los objetivos, un trabajo en red eficiente, normas éticas firmes, el establecimiento de prioridades para hacer el mejor uso posible del tiempo y los recursos, y una buena gestión del desempeño. Es un valioso manual de referencia para las instituciones de apoyo al comercio porque profundiza en los requisitos para que el representante comercial consiga reforzar la competitividad nacional e internacional en un entorno económico en constante transformación.

Esperamos que la presente guía sirva para algo más que la consulta diaria de los representantes comerciales sobre el terreno. Su contenido puede enriquecer los programas de formación, mejorar la gobernanza y delimitar funciones entre representantes de las instituciones de apoyo al comercio, ya sean estas nacionales o sectoriales, públicas o privadas.

Por último, la publicación cumple un cometido fundamental del Centro de Comercio Internacional: fortalecer la competitividad internacional de las empresas, en particular aquellas de los países en desarrollo.



Arancha González
Directora Ejecutiva
Centro de Comercio Internacional

AGRADECIMIENTOS

Autor

Lloyd Downey, el autor principal, tiene amplia experiencia como delegado comercial de Australia. Para elaborar la guía se ha basado en el trabajo de investigación y orientación del ITC, así como en su experiencia acumulada mientras ejerció como delegado comercial y en la sede de Austrade, el organismo nacional de promoción del comercio de Australia.

Investigación

Todo proyecto, como el que nos ocupa, está basado en la colaboración y los conocimientos expertos de numerosas personas. Las anteriores ediciones de la presente guía y las lecciones extraídas de los documentos, informes y talleres sobre los proyectos ejecutados han sido una rica fuente de investigación para la publicación.

El proyecto para la elaboración de esta nueva edición estuvo encabezado por Bertrand J. Monrozier, que dirigió el Programa de Representación Comercial en el Exterior del ITC entre 2008 y 2012.

La obra refleja las necesidades expresadas por los países en desarrollo durante las sesiones de formación organizadas por el Sr. Monrozier y con motivo de la presentación de su estudio sobre Metodología en la Representación Comercial en el Exterior. Tuvo ocasión de conocer dichas necesidades en talleres organizados en Argelia, Bangladesh, Belice, Benin, Côte d'Ivoire, Egipto, Guatemala, Indonesia, México y Uruguay, en reuniones regionales de supervisores de las redes de representación comercial en el exterior celebradas en el Ecuador y Santo Domingo, donde se dieron cita representantes de 14 países de América Central y el Caribe, así como en las misiones de asesoramiento en Indonesia y el Paraguay.

Carlos Ceceña, colaborador de Bertrand J. Monrozier, elaboró el primer esquema detallado del manual. En los trabajos de investigación preliminar colaboraron Peter Bennett y Richard Francis.

Saskia Marx, Wendy Paratian y Zaneera Thajudeen gestionaron el proyecto y dieron apoyo administrativo en la sede del ITC.

Natalie Domeisen orientó al grupo de colaboradores sobre el procedimiento de edición, la redacción y la estructura de la guía.

Sebastián Rodas contribuyó al acabado de la edición de 2013.

Revisión por homólogos

Los días 21 y 22 de noviembre de 2012 se celebró en la sede del ITC en Ginebra una reunión de revisión por homólogos, a la que asistieron expertos recién incorporados a la profesión así como otros con amplia experiencia, procedentes de diversos países. Expresamos desde aquí nuestro agradecimiento especial a los participantes Ramy Ali (Egipto), Carlos Ceceña (México), Gabriela Ruíz Mavros (Perú) y Loucas Symenoides (Chipre).

La reunión de revisión por homólogos estuvo presidida por Natalie Domeisen, con la estrecha colaboración de Bertrand Monrozier y Lloyd Downey. Expresamos nuestro agradecimiento al personal del ITC y a los consultores que colaboraron y proporcionaron información de gran utilidad, entre los que cabe destacar a: Stephane Blanc, John Gillies, Wei Fong Hsu, Friedrich von Kirchbach, Helen Lassen, Saskia Marx, Olivier Naray, Nicolas Orgeira, Wendy Paratian, Christian Planchette, Aicha Pouye, Dianna Rienstra, Sebastián Rodas y Andrea Santoni.

También agradecemos a Terence Goss y Tony Zhang su colaboración a distancia en la revisión.

Edición, diseño, maquetación y comercialización

Natalie Domeisen dirigió el proceso de producción.

El original inglés de esta publicación fue corregido por Dianna Rienstra de Phoenix Ink Communications y Natalie Domeisen. Carmelita Endaya se ha encargado de la revisión de la edición impresa. La traducción al español fue realizada por José Yáñez. Isabel Droste hizo la maquetación y Kristina Golubic es la autora de la ilustración de la portada y del diseño.

Los numerosos cuadros, figuras y gráficos, basados en conceptos iniciales facilitados por el autor, fueron objeto de especial atención en esta obra. Isabel Droste diseñó todas las figuras y cuadros, con el asesoramiento de Kristina Golubic, Natalie Domeisen y Sebastián Rodas.

El equipo de comercialización de esta publicación está integrado por Sebastián Rodas, José Prunello, Natalie Domeisen, Sarah McCue y Marina Ditesheim.

ÍNDICE

| | |
|-----------------|-----|
| Prefacio | iii |
| Agradecimientos | iv |
| Abreviaturas | xv |

INTRODUCCIÓN 1

| | |
|--|---|
| ¿POR QUÉ ESTA GUÍA? | 2 |
| ITC – ATENDER LAS NECESIDADES DE LOS REPRESENTANTES COMERCIALES EN EL EXTERIOR | 3 |
| DEFINICIONES | 4 |
| Instituciones y lugares | 4 |
| Exportaciones | 5 |
| Exportadores e importadores | 6 |
| Clientes y aliados | 6 |
| Relaciones complejas | 7 |
| Eventos y misiones comerciales | 8 |

CAPÍTULO 1

| | |
|--|----|
| REPRESENTACIÓN COMERCIAL EN EL EXTERIOR EN UN MUNDO EN EVOLUCIÓN | 11 |
| COMBINACIÓN DE NEGOCIOS Y DIPLOMACIA | 12 |
| Amplia gama de representación | 12 |
| Parte de una red más amplia | 13 |
| RETOS COMUNES | 14 |
| RELACIONES JERÁRQUICAS DIVERSAS | 14 |
| Fortalezas y debilidades | 16 |
| Tendencias recientes | 18 |
| Aprender de otros | 18 |
| Oficinas comerciales en el exterior – una misión clara | 18 |
| ¿Están las redes de RCE debidamente supervisadas? | 18 |
| El día a día | 19 |

预览已结束，完整报告链接和二维码

<https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?re>