

La información en el comercio internacional

ANGEL ROSELLÓ CONDE*

El sector exterior español se caracteriza por el hecho de que la mayoría de los exportadores son PYMEs. El proceso de globalización que se está produciendo en los mercados internacionales supone un aumento de la competencia, ante esta realidad a la pequeña y mediana empresa no le queda otra opción que competir aumentando la calidad, reduciendo precios y mejorando servicios. En este artículo se analiza el importante papel que desempeña la información en este proceso de internacionalización para un gran número de empresas españolas.

Palabras clave: comercio internacional, mercados internacionales, internacionalización de la empresa, pequeña y mediana empresa.

Clasificación JEL: F13.

1. Necesidad de la información en la internacionalización de la PYME

El tejido empresarial español está formado por un gran número de pequeñas y medianas empresas, siendo muy pocas las que superan los límites convencionalmente establecidos para considerarlas grandes empresas.

Nuestro sector exterior no podía ser una excepción a esta realidad, caracterizándose por el hecho de que la gran mayoría de los exportadores son PYMEs, siendo muy reducido el número de exportadores que son considerados grandes empresas, no obstante estas últimas realizan gran parte, en valor, de la exportación de nuestro país.

El proceso de globalización que se está produciendo en los mercados internacionales, originado básicamente por el importante desarrollo de los transportes, telecomunicaciones y tendencia liberalizadora de las economías de los diferentes

países, supone un aumento de la competencia al facilitar la incorporación de empresas extranjeras como posibles suministradores de productos y servicios en nuestro país.

Ante esta realidad, a la pequeña y mediana empresa no le queda otra opción que, por una parte, competir aumentando la calidad, reduciendo precios, mejorando servicio, etcétera, y por otra parte intentar ampliar el número de clientes potenciales a través de la internacionalización de la empresa.

La internacionalización comienza, normalmente, para una PYME con el intento de vender su producción en otros países, dejando la implantación en los mismos (inversión en fábrica o empresa distribuidora) para momentos más posteriores, si es que se produce alguna vez. También cabría destacar que cuando se hable de este primer paso de internacionalización a través de la exportación, se supone que la empresa se plantea una estrategia de exportación continuada en el tiempo y no operaciones casuales y puntuales, ya que a esto último, en ningún caso, se le podría considerar internacionalización.



AULA DE
FORMACION

* Economista. Jefe de Documentación de Comercio Exterior. Cámara Oficial de Comercio e Industria de Madrid.

La internacionalización supone nuevos riesgos y costes para la PYME, y por lo tanto la decisión de llevarla a cabo o no, debe estar basada en un cúmulo de *informaciones*, lo más amplias y exactas posibles, para que esta decisión lleve al éxito y no al fracaso empresarial.

Pero no acaban ahí las razones por las que la información es necesaria, actualmente en este proceso progresivo de globalización, la información se ha convertido en un arma de competitividad para la empresa.

El concepto de *inteligencia económica*, que liga información económica con competitividad, y que establece el principio de que la información es un arma fundamental para la conquista de nuevos mercados y mantenimiento en ellos, debe estar basado en sistemas de obtención de información modernos, rápidos y económicos, que permitan al empresario la toma de decisiones y realización de actuaciones basadas en la información.



AULA DE
FORMACION

2. Fuentes de información. Clasificaciones

La primera cuestión que debe plantearse la PYME es ¿podremos exportar nuestra producción?. Para dar respuesta a esta pregunta, el empresario debe recurrir a lo que se denomina *información interna* de la empresa, es decir, se debe realizar un autoanálisis, considerando: de qué capacidad financiera se dispone; con qué recursos humanos adecuadamente preparados se cuenta; de qué medios productivos disponemos.

El análisis de la información interna de la PYME debe conducir al empresario bien a:

- Desestimar los proyectos de internacionalización.
- Reestructurar la PYME para adaptarla al proceso de internacionalización.
- Seguir adelante en el proceso de internacionalización.

Superado este primer e imprescindible análisis basado en información interna de la propia empresa, la segunda cuestión que el empresario suele plantearse es ¿qué exporto y adónde exporto?, para ello la *información*, de nuevo, desempe-

ña un importantísimo papel, pero en este caso ya no obtenida de la propia empresa, sino de fuentes *externas*.

Información (según la fuente)	Interna (autoanálisis de la empresa)
	Externa

Efectivamente, el empresario una vez analiza la propia empresa y obtenido de este análisis un «Sí, adelante en el proceso de internacionalización», se suele preguntar ¿qué exporto? y ¿adónde exporto?

El análisis de los productos fabricados: cualidades físicas (dimensiones, color, gusto...), cualidades comerciales (innovación, gamas, servicio postventa...), posibilidades de adaptación a los gustos de otros mercados, cumplimiento de normas de homologación y normalización, restricciones a la venta internacional, etcétera, así como la investigación de los mercados exteriores con el objetivo de elegir país, forma de penetración en el mismo, adopción de estrategias, etcétera, están basados en la obtención de informaciones provenientes de fuentes externas a la empresa, en la mayoría de los casos.

Los datos obtenidos de estas fuentes de *información* externas, podrían clasificarse en dos categorías: de carácter *técnico*, cuando provienen de normativa (aranceles, restricciones cuantitativas a la importación, normas de homologación del producto, etcétera), y de carácter comercial, cuando están relacionadas con el mero mercado (datos de la oferta, demanda, etcétera).

Información (según la fuente)	Técnica
	Comercial

3. Organismos, instituciones y centros productores de información

La pregunta que se puede plantear el empresario es ¿dónde conseguir la información?, ¿cuáles son las fuentes de información externas de las que dispone la PYME?

En un principio, a título de facilitar cierto orden, se podrían citar, entre las más importantes,

las siguientes *fuentes de información establecidas en España*:

a) Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX)

El ICEX es un ente público adscrito a la Secretaría de Estado de Comercio, Turismo y de la Pequeña y Mediana Empresa del Ministerio de Economía y Hacienda por Real Decreto Ley 6/82 de 2 de abril.

El ICEX se crea con el fin de fomentar y promocionar la internacionalización de las empresas españolas. Para ello diseña y ejecuta programas de promoción e inversión y acopia y difunde información sobre la oferta española y los mercados exteriores.

Para el desarrollo de su actividad utiliza la red de Oficinas Comerciales de España en el extranjero y la de Direcciones Regionales y Territoriales de Comercio en España, contando en estas últimas con los Centros de Información y Documentación (CID) que facilitan estos servicios en las respectivas Comunidades Autónomas.

Dada la importancia que el ICEX tiene para la empresa exportadora española, parece interesante enumerar alguno de los servicios de información que el Instituto ofrece:

- **Centro de documentación:** El Instituto dispone de un fondo documental sobre comercio exterior y relaciones internacionales con un importante número de títulos y suscripciones a revistas. Este fondo documental está a disposición de las empresas que deseen obtener información.

- **Publicaciones:** De carácter periódico como la revista «El Exportador» que ofrece información sobre multitud de temas de interés para la empresa exportadora, así como de carácter no periódico, entre los que se podría citar las siguientes colecciones:

- **Fichas país:** Estas fichas presentan, de forma muy resumida, los datos más actuales sobre las características generales, el marco económico y comercial de cada país, e información práctica para el exportador.

- **Guías de Negocios:** Guías que describen el marco financiero, jurídico y económico de cada país, evaluando, a su vez, la principales ventajas

y riesgos de una posible implantación comercial o industrial en el mismo.

- **Temas de Comercio Exterior:** Tratan sobre diversos temas relacionados con el comercio internacional que pueden ser del interés de los empresarios españoles, como las oportunidades de negocios que la actividad de algunos organismos internacionales genera, aspectos técnicos, financieros y jurídicos relevantes para operar en determinados mercados, etcétera.

- **Serie Maior:** Esta colección integra títulos que, debido a la complejidad de los temas que abordan, la profundidad con que los trata, el enfoque académico con que lo hace o su mayor extensión, requieren del lector interesado una mayor dedicación a su lectura y estudio.

- **Manuales Prácticos de Comercio Exterior:** Monografías prácticas sobre diferentes aspectos relacionados con las técnicas del comercio exterior.

- **Repertorios Sectoriales de Fabricantes Españoles:** Presentan en español, alemán, francés e inglés la oferta de fabricantes españoles de sectores concretos. Recogen los productos que componen el sector, una ordenación de empresas españolas fabricantes de cada producto, una clasificación alfabética de dichas empresas y una relación de marcas comerciales y sus correspondientes fabricantes.

- **Asesorías sobre comercio internacional:** El Instituto ofrece entre sus servicios de información, una serie de consultorías sobre temas técnicos de comercio internacional, entre las que habría que destacar las de contratación y arbitraje y normalización y homologación de productos.

- **Seminarios y jornadas informativas sobre mercados exteriores:** En las que se intenta explicar a las empresas interesadas, la realidad económica y comercial de un país o área económica. Normalmente estas jornadas se celebran en colaboración con las Cámaras de Comercio y Asociaciones Empresariales de las distintas provincias españolas.

- **Bases de datos:** Las bases de datos del ICEX, se agrupaban bajo el nombre de SIBILA, actualmente están disponibles en la *web* que el Instituto tiene en la dirección: www.icex.es. Entre las bases de datos habría que destacar: ESTA-



A U L A D E
F O R M A C I O N

COM (estadísticas del comercio exterior de España), BIBLOS (referencias bibliográficas del centro de documentación del Instituto), BISE (demandas internacionales, proyectos de inversión, etcétera), ASOC (Asociaciones españolas).

• **Servicio BISE:** Consistente en enviar a la empresa que se suscriba, información personalizada según su perfil, sobre demandas de productos y servicios, oportunidades de inversión, concursos y licitaciones internacionales, proyectos financiados por organismos multilaterales, noticias sobre ferias, estudios de mercado, seminarios, etcétera.

La mayoría de los servicios y productos citados pueden obtenerse a través del denominado «Portal del ICEX» en INTERNET, y cuya dirección es www.icex.es



AULA DE
FORMACION

b) Cámaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación

Corporaciones de derecho público, se rigen en la actualidad por la Ley 3/1993 de 22 de marzo de Jefatura del Estado.

Entre las funciones que el artículo 2, de la citada ley, encomienda, hay que destacar:

«Desarrollar actividades de apoyo y estímulo al comercio exterior, en especial a la exportación, y auxiliar y fomentar la presencia de los productos y servicios españoles en el exterior, mediante la elaboración y ejecución del Plan Cameral de Promoción de las Exportaciones que se aprobará periódicamente.»

La ley también establece que un porcentaje muy elevado de sus recursos estarán obligatoriamente afectados a la financiación del Plan Came-

ral de Promoción de las Exportaciones. Esto quiere decir que la mayor parte de los recursos de las Cámaras, se destinan, por ley, al fomento y promoción del comercio exterior.

En la actualidad existen 85 Cámaras distribuidas por toda España ofreciendo todas ellas de forma individual o mediante el citado Plan Cameral de Promoción de las Exportaciones actividades y servicios de promoción, formación e información sobre comercio internacional.

A título orientativo se describen, de una forma somera, las actividades de información que una Cámara importante, como puede ser la de Madrid, realiza en el campo del comercio exterior y relaciones internacionales:

• **Centro de Documentación:** Al igual que el ICEX, la Cámara de Madrid, dispone de un muy importante centro de documentación con aproximadamente 50.000 libros y más de 1.140 colecciones vivas de títulos de revistas de temas económicos nacionales e internacionales, jurídicos y de Madrid.

• **Publicaciones:** Habría que destacar entre otras, las siguientes publicaciones:

– *Guía de Exportadores de la Comunidad de Madrid:* es una publicación que elaborada a través de una encuesta continua, recoge información de las empresas de la citada demarcación, que realizan exportaciones, indicando que productos son los que exporta cada firma y a que países los exporta.

– *Guía de Importadores de la Comunidad de Madrid:* que a través del mismo sistema de encuesta, recoge información sobre las empresas de Madrid que realizan importaciones, indicando que productos y de que países los compran.

– *Catálogos Sectoriales de la Oferta Exportable Madrileña.*

– *Monografías sobre Comercio Internacional:* colección que agrupa títulos sobre temas técnicos de comercio exterior.

– *Documentos en la Exportación:* es una publicación viva que desde 1985 ha tenido cincuenta actualizaciones (cinco cada año), y en la que se recoge una ficha por país, con los diferentes requisitos documentales y de tramitación que el exportador español debe realizar por exigencia de la normativa del país de importación.

– *Boletín de Oportunidades Comerciales Internacionales*: que recoge las oportunidades que se han captado de empresas extranjeras que desean importar productos españoles, o representarlás, o que demandan servicios, etcétera.

– *Business Proposals*: que intentan hacer llegar a los diferentes países las ofertas concretas de exportación de empresas españolas; «España-Europa», que recoge todo tipo de información sobre la Unión Europea; etcétera.

• **Asesorías**: La Cámara dispone también de una serie de asesorías personalizadas sobre temas concretos de comercio internacional (técnicas de comercio exterior, aranceles, mercados exteriores, etcétera).

• **Jornadas sobre mercados exteriores**: Al igual que el ICEX y en muchos casos en colaboración con él y con otras instituciones u organismos, la Cámara realiza continuamente jornadas informativas, que contando con los consejeros comerciales, banca, instituciones, etcétera, describen la situación económica y comercial de un determinado país o zona económica, con el objetivo de aportar información a los empresarios que se estén planteando iniciar relaciones con empresas del país en cuestión.

• **Euroventanilla**: A través de ella, se puede obtener cualquier tipo de información sobre la Unión Europea. Los centros europeos de información empresarial (euroventanillas), repartidas por todo el territorio de la UE, informan, asesoran y ayudan de forma práctica a las PYMEs, en los temas comunitarios.

• **Bases de datos**: Sobre exportadores, importadores, empresas auxiliares del comercio exterior, etcétera.

**c) Ministerio de Economía y Hacienda.
Secretaría de Estado de Comercio, Turismo y de la Pequeña y Mediana Empresa**

En este organismo se puede obtener información comercial en los siguientes departamentos:

– Dirección General de Política Comercial e Inversiones Exteriores: Servicios Centrales, Red Exterior y Red Territorial.

– Secretaría General de Comercio Exterior.

– Publicaciones: *Boletín Económico de Infor-*

mación Comercial Española; Información Comercial Española. Revista de Economía; Cuadernos Económicos de ICE; El libro sobre el Sector Exterior; Encuesta trimestral de coyuntura de la exportación e Información mensual de la evolución del comercio exterior de España.

También se puede acceder a la información a través de la siguiente dirección de la página web: www.mcx.es/sgcomex/estudios.

d) Cámaras de Comercio Extranjeras en España

De afiliación voluntaria, estas Cámaras tienen como socios, normalmente a empresas de capital del país al que representan, establecidas en España. Además de representar y defender los intereses de sus asociados, por lo general ofrecen una serie de servicios a las empresas que estén interesadas en contratarlos, entre estos servicios que ofrecen se suele encontrar el de información sobre temas económicos y comerciales del país de origen.

En España hay un buen número de estas Cámaras, pudiéndose conseguir un listado de ellas en la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Madrid.

e) Oficinas Comerciales Extranjeras en España

Son otra alternativa para conseguir información, no obstante, hay que tener en cuenta que están más orientadas a facilitar la exportación de los productos originarios del país al que pertenecen, por lo que en la mayoría de los casos no disponen de información de interés para la empresa exportadora española. También se puede encontrar un listado de estas Oficinas Comerciales Extranjeras en la Cámara de Comercio de Madrid.

f) Comunidades Autónomas

Determinadas Comunidades Autónomas tienen constituidos departamentos o institutos destinados a la internacionalización de sus empresas, donde es posible conseguir información. A título de ejemplo se podría citar al COPCA (*Consorti de Promoció Comercial de Catalunya*), IVEX (*Instituto Valenciano de Exporta-*



A U L A D E
F O R M A C I O N

ción), IAF (*Instituto Aragonés de Fomento*), etcétera, en Madrid es el *Instituto Madrileño de Desarrollo (IMADE)* el que tiene encomendada esa labor.

g) Asociaciones Empresariales

Dentro del gran número de asociaciones empresariales que existen en nuestro país, algunas de ellas, por las características del propio sector, tienen una importante actividad en el ámbito de la promoción e información sobre la internacionalización de su sector. En estos casos estas Asociaciones pueden ser una buena fuente de información para la PYME. Es recomendable consultar la base de datos ASOC en el ICEX.

Fuentes de información en España	ICEX Cámaras de Comercio, Industria y Navegación Cámaras de Comercio Extranjeras o bilaterales Oficinas Comerciales Extranjeras Comunidades Autónomas (Institutos, etcétera) Asociaciones Empresariales Banca, empresas consultoras, etcétera
----------------------------------	---

Siguiendo con esta subdivisión realizada al principio de este punto, se puede decir que al buscar fuentes de información en el extranjero, la PYME se encontrará con situaciones diversas dependiendo del país del que desee conseguir información, no obstante se puede afirmar que casi siempre nos encontraremos, independientemente del país, con las siguientes **fuentes de información en el extranjero**:

a) Oficinas Comerciales de España en el Exterior

La red de Oficinas Comerciales de España en el Exterior (OFCOMEs), dependen de la Secretaría de Estado de Comercio, Turismo y de la Pequeña y Mediana Empresa, y combinan funciones de representación oficial con las de información y asistencia comercial a las empresas españolas en el área geográfica de su competencia.

Se puede afirmar que en la práctica totalidad de países con los que España mantiene relaciones comerciales, hay una Oficina Comercial que podrá informar a la PYME de aspectos tan variados como estadísticas, aranceles, normativa legal, información comercial, etcétera.

Información sobre estas OFCOMES puede obtenerse en el *web* del ICEX (www.icex.es).

b) Cámaras Oficiales Españolas de Comercio en el Exterior

Es otra red muy importante para conseguir información en el exterior. Estas Cámaras, de afiliación voluntaria, colaboran con las Oficinas Comerciales e intentan mejorar los intercambios entre España y el país en el que están establecidas. Entre los servicios que suelen ofrecer están los de información sobre empresas locales, arancelaria, financiera, etcétera.

h) Banca, consultoras, e iniciativa privada

Las entidades bancarias, sobre todo las que tienen una red internacional, pueden ser una buena fuente de información sobre el riesgo que se puede asumir en nuestra actividad exterior en determinadas ocasiones, al igual sucede con la Compañía Española de Seguro de Crédito a la Exportación (CESCE), que asegura por cuenta del Estado el riesgo político a las empresas españolas. También determinadas empresas privadas pueden ofrecer información sobre la situación económica, morosidad, etcétera, de un determinado cliente en un determinado país (informes comerciales).

Por otra parte, algunas empresas privadas tienen como actividad crear y comercializar productos de información sobre comercio exterior, bien a través de bases de datos de empresas en cualquier país, clasificadas por diversos criterios, bien a través de información de carácter técnico o comercial (aranceles, transportes internacionales, estudios de mercado, etcétera).

A título de ejemplo de todo lo citado en este apartado podríamos citar empresas como DUN AND BRADSTREET, INFORMACION ECONOMICA (INFORMA), TARIC S.A., EDITORIAL CASTRO, A.C. NIELSEN, etcétera.



AULA DE FORMACION

Sus socios suelen ser empresas españolas establecidas en el país de que se trate y en ocasiones por empresas locales con intereses en España. Esta red de Cámaras españolas es más tupida en América y Europa Occidental, pudiéndose decir que en todas las capitales de estos países hay una Cámara Española de Comercio. Para conseguir un listado de estas instituciones pueden dirigirse a la Cámara de Comercio e Industria de Madrid.

c) Cámaras de Comercio locales

La red de Cámaras de Comercio existentes por todo el mundo es muy amplia, en todos los países. Independientemente del sistema económico y del modelo cameral de afiliación empresarial, existen Cámaras de Comercio. Estas instituciones son una importante fuente de información sobre la economía y comercio del área geográfica en la que están establecidas, y normalmente están siempre dispuestas a ofrecer información sobre las empresas de su demarcación, datos económicos del país, informes comerciales, etcétera.

Puede obtenerse información sobre su localización en la Cámara de Comercio e Industria de Madrid.

d) Organismos Internacionales

Organismos como Organización de las Naciones Unidas (ONU), Organización Europea para la Cooperación y el Desarrollo (OCDE), Organización Mundial de Comercio (OMC), Fondo Monetario Internacional (FMI), Banco Mundial (BM), Unión Europea (UE), Banco Interamericano de Desarrollo, etcétera, son importantes fuentes de información. Estos Organismos elaboran multitud de estudios, estadísticas, informes sobre países, etcétera, los cuales pueden ser de gran interés para la PYME.

Fuentes de información en el exterior	Oficinas Comerciales de España en el Exterior Cámaras de Comercio Españolas en el Exterior Cámaras de Comercio locales Asociaciones Empresariales Banca, empresas consultoras, etcétera Organismos Internacionales
---------------------------------------	---

4. Internet e información

El soporte papel es el tradicional a la hora de ofrecer información, esta se presenta en formato de libros, revistas, periódicos, informes, etcétera. Como consecuencia de los avances de la informática y su reducción de precios, empiezan a aparecer productos de información en soporte magnético (cintas y discos), posteriormente, tras un nuevo avance, los soportes ópticos (Cd-rom) van reemplazando a los magnéticos y ofreciendo muchas más posibilidades a los usuarios, debido a su gran capacidad de almacenamiento de datos (imágenes, sonido, etcétera).

El gran adelanto en las comunicaciones posibilita actualmente la obtención de la información en tiempo real (*on-line*) sin necesidad de esperar el tiempo que transcurre por el transporte real de un soporte físico (papel, disquete o cd-rom) al usuario de la información.

Esta inmediatez en la obtención de la información hace de internet una importantísima herramienta para los negocios internacionales, los cuales, en muchas ocasiones, dependen para su éxito de la toma de decisiones rápidas que deben estar basadas, en lo posible, en informaciones veraces y actualizadas. Valga como ejemplo el indicar que en informaciones relacionadas con demandas de productos realizadas por empresas de otros países, es una gran ventaja para la empresa potencial suministradora tener acceso a alguna base de datos en la *web* o a un foro de noticias vía internet donde se incluyan estas informaciones, ya que la obtención más rápida que sus posibles competidores, de los datos de la demanda, le dará ventajas para conseguir el pedido.

En internet, refiriéndonos a lo que se denomina páginas *web*, el cúmulo de información disponible es impresionante, pero ¿cómo seremos capaces de encontrar lo que deseamos?

Ante esta pregunta, la respuesta más realista es que la práctica nos irá mostrando, poco a poco, donde y como conseguir la información, al mismo tiempo que aprenderemos a valorar la bondad de esta. Esta labor nos permitirá tener una «agenda de direcciones» ya utilizadas por



A U L A D E
F O R M A C I O N

nosotros, por lo tanto contrastadas, y que nos han sido útiles al haber dado respuesta a peticiones de información reales.

No obstante, existen en la red varios tipos de los denominados «*buscadores*», es decir, direcciones dentro de la propia red que nos ayudarán, como herramientas de trabajo, a buscar la información deseada, facilitándonos la dirección de la *web* de una determinada fuente de información.

Motores de búsqueda	Indices temáticos
Altavista: www.altavista.com Excite: www.excite.com Hot-Bot: www.hotbot.com Sol: www.sol.es Lycos: www.es.lycos.de Fast: www.alltheweb.com Northern light: www.northernligh.com	Olé: www.ole.es Telépolis: www2.telepolis.com Yahoo Esp.: www.yahoo.es Yahoo Int.: www.yahoo.com

La gran mayoría de fuentes de información que se han comentado en este artículo disponen de páginas *web* donde ofrecen todo tipo de información, en unos casos de acceso absolutamente libre y en otros con un determinado coste.



AULA DE
FORMACION

A título orientativo cabría destacar las direcciones que se ofrecen a continuación:

Parece oportuno destacar que el *web* del ICEX (www.icex.es), ya comentado, ofrece unas páginas de *links* (conexiones con otros *webs*) sobre fuentes de información contrastadas sobre comercio internacional, algunas consultoras también han trabajado en la redacción de páginas similares sobre comercio exterior, facilitando el trabajo a la empresa que intenta localizar información sobre este tema (ver por ejemplo la dirección: www.computercontact.com).

Para concluir hay que reiterar que la PYME antes de comenzar el proceso de internacionalización debe de someterse a un amplio autoanálisis con el fin de determinar sus necesidades de adaptación a la nueva situación que se genera por este proceso, posteriormente debe tener en cuenta la gran variedad de fuentes de información de carácter público o semipúblico, creadas con el objetivo de fomentar y ayudar a las empresas en su proceso de internacionalización.

Aranceles

Arancel de Aduanas Comunitario: www.castronet.com
www.taric.es
 Arancel de Aduanas de varios países: <http://mkaccdb.eu.int>

Estadísticas

Españolas (INE): www.ine.es
 Extranjeras (Eurostat): www.cec.eu/en/comm/eurostat
 Españolas (ICEX): www.icex.es

Ferías

Españolas (Asociación de Ferias Españolas): www.afe.es
 En el mundo: www.tsnn.com
www.tscentral.com
www.icex.es

Legislación

Española (BOE): www.boe.es
 Comunitaria (UE): <http://europa.eu.int/celex>

Informe países

(CIA) EEUU: www.odci.gov/cia/publications/factbook/country.html
 Internacional Trade Administration: www.ita.doc.gov

Instituciones y Organismos

Instituto Español de Comercio Exterior: www.icex.es
 Cámara Oficial de Comercio e Industria de Madrid: www.camaramadrid.es
 Consejo Superior de Cámaras de Comercio: www.cscamaras.es
 CEOE: www.ceoe.es
 Banco Mundial: www.worldbank.org
 Efta: www.efta.int
 Naciones Unidas: www.unsystem.org
 Unión Europea: <http://europa.eu.int/>
 OMC: www.wto.org
 Banco Africano de Desarrollo: www.afdb.org
 Banco Interamericano de Desarrollo: www.iadb.org