

## Sesión 10

¡Hola! [S1] Bienvenidos a la décima y última sesión del curso de Mercadotecnia Internacional. Soy César Moreno M. Continuamos con el Tema 5. **Compra venta internacional; 5.1. Contratos de compraventa internacional.** [S2]

En lo que corresponde a las cláusulas estas pueden variar, ya que un contrato es un acuerdo de voluntades; y dado que ambas partes se van a obligar es comprensible que traten de protegerse contra posibles eventualidades. [S3] No obstante, existen cláusulas que, como se dice, van de cajón. A continuación se presentaran las más relevantes, con un ejemplo de cómo pueden escribirse:

- ☞ Precio. La redacción puede ir de la siguiente manera: *El precio total de los productos que el comprador se compromete a pagar al vendedor será ..... (se anota la cantidad con número y letra). Ambas partes se comprometen a renegociar el precio pactado cuando éste se vea afectado por los cambios sustanciales en el mercado internacional, o por situaciones políticas, económicas y sociales en el país de origen o en el destino del productor que perjudiquen notablemente a una de las partes.*
- ☞ Condiciones de entrega. La redacción puede seguir estas líneas: *El vendedor entrega los productos en ... (se menciona el lugar físico: almacén, aeropuerto, etc.) de ... (ciudad y país), en condiciones (se incluyen los incoterms). Deberá entregar la mercancía en el lugar establecido, y al transportista designado por el comprador, como máximo un día antes de la fecha límite establecida en el presente contrato. Si a la llegada de la mercancía a destino, el comprador no se hace cargo de la misma, el vendedor podrá exigir el cumplimiento del contrato y , en concreto, que se efectúe el pago del precio convenido;*
- ☞ Forma de pago. *El comprador se obliga a pagar el precio total que figura en el contrato. El pago de dicho precio se realizará:*  
Alternativa A: *En efectivo mediante cheque o transferencia bancaria abonada en las ventanillas del banco designado por el vendedor;* o  
Alternativa B: *Mediante letra de cambio o recibo domiciliado en las ventanillas del banco designado por el comprador;* o  
Alternativa C. *Mediante Carta de Crédito irrevocable y confirmada pagadera en la ventanilla del banco designado por el vendedor.*
- ☞ Plazo de entrega. Se puede expresar de esta manera: *El vendedor se obliga a entregar los productos en un plazo máximo de ... días naturales contados desde la fecha de la confirmación por escrito del pedido correspondiente, previo cumplimiento de las condiciones de pago establecidas en el presente contrato. El plazo de entrega establecido podrá ser modificado por las partes cuando ocurra causa de fuerza mayor o circunstancias imprevistas que imposibilitan su cumplimiento.*
- ☞ Reserva de dominio. La redacción puede ser de esta manera: *Se entiende que los productos objeto de este contrato continúan siendo propiedad del vendedor, mientras el comprador no haya satisfecho el pago total de su precio. Hasta entonces se*

considera que los productos están en calidad de depósito en poder del comprador, debiendo este cumplir con todas las obligaciones como tal depositario, si bien podrá usar de los mismos con la diligencia de un buen administrador.

Otras cláusulas que puede contener el contrato son: la descripción de la mercancía (de forma detallada); la contratación del transporte y el seguro; el régimen aduanero que le corresponde; transferencia del riesgo; el tipo de embalajes; fijación de daños y perjuicios; jurisdicción aplicable; y entrega de documentos.

Legislación aplicable. Al contrato de compraventa internacional se le aplican las siguientes normas de Derecho Internacional, que son:

- La Convención de Naciones Unidas sobre contratos de Compraventa Internacional de Mercancía (Convención de Viena —Fue aprobada en 1980 y entró en vigor en 1988. Establece una serie de reglas uniformes para los países contratantes, aún cuando no haya sido pactada por las partes contratantes—);
- Los principios de UNIDROIT (Instituto Internacional para la Unificación del Derecho Privado), sobre contratos de comercio internacional; y
- La Ley Uniforme para la Venta Internacional de Mercancías.

### 5.3. Incoterms

Una de las primeras dificultades prácticas que enfrentan aquellos que comienzan a hacer negocios internacionales es hacerse entender; y por eso no debe entenderse una confusión lingüística, que puede pasar. Sino en la imprecisión e incertidumbre que causan las distintas prácticas comerciales utilizadas en distintos países, y especialmente en la de las partes contratantes. E ahí que, los errores o malos entendidos, con todo lo que consisten cuestan, y cuestan mucho dinero.

Para solucionar estos problemas la Cámara de Comercio Internacional, CCI, publicó en 1936, una serie de reglas internacionales para la interpretación de los términos comerciales. Dichas reglas se conocen como INCOTERM, que derivan de la contracción del inglés de: International CO-mmercial TERM-s (Términos de Comercio Internacional). Una aclaración, a la que hay que poner mucha atención, estos son reglas no leyes.

El objetivo principal de los INCOTERMS es facilitar las operaciones de comercio exterior, evitando con esto las diferentes interpretaciones de tales términos en los distintos países. Así, también, establece un conjunto de términos y reglas de carácter facultativo, que establecen los derechos y las obligaciones tanto del vendedor como del comprador en las transacciones comerciales internacionales, por lo que se pueden utilizar en cotizaciones, pedidos y contratos de compraventa internacional.

Con los INCOTERMS, [55] las empresas tienen: i) certidumbre en la interpretación de los términos negociados entre comprador y vendedor, ya que se aplican reglas internacionales uniformes; y ii) una base para las transacciones comerciales, delimitando a detalle, los derechos, las responsabilidades y las obligaciones entre comprador y vendedor, haciendo una

referencia directa al transporte que se utiliza y al lugar donde se entrega la mercancía, así como los tramites, gastos y pagos que realizar.

Este último punto, es bastante importante, pues regula tres aspectos básicos relacionados con el lugar de entrega:

- 1) Transferencia de riesgos entre comprador y vendedor, (responsabilidad, que le toca a cada quien);
- 2) Costos a cuenta del comprador y vendedor (a quien le toca pagar que cosa); y
- 3) Asignación de a quien le toca encargarse de la Documentación, trámites y gestión ante autoridades gubernamentales (por ejemplo: aduanas, permisos, licencias, gravámenes, documentos, etc.) y agentes privados (por ejemplo: transportistas, aseguradoras, agentes aduanales, etc.).

Con respecto al uso de los INCOTERM: i)) es obligatorio usar un INCOTERM en documentos aduanales, cotizaciones, contratos, pedidos, cartas de crédito, talones de embarque, etc., y siempre se escriben en inglés; ii) se da por hecho (aceptación tácita) que tanto el comprador como el vendedor conocen y aceptan las reglas que implica dicho término; y iii) se representan por tres letras que corresponden a las iniciales de las palabras del término, ejemplo: *FOB, Free On Board* (libre a bordo, en español) y debe ir seguido de una ciudad y país, ejemplo: *FOB Veracruz, México* (lo que significa que es un precio puesto en la ciudad de Veracruz).

Los INCOTEMS se dividen en cuatro grupos, estos son: [S6]

- 1) Grupo E: De salida:

*EXW, Ex Works* (que quiere decir, fuera del taller o fábrica). Significa que el vendedor ha cumplido su obligación de entrega cuando ha puesto las mercancías en su establecimiento (fábrica, taller, almacén) a disposición del comprador;

- 2) Grupo F: Transporte principal libre (Free):

*FCA, Free Carrier At* (se refiere a libre transportista). Significa que el vendedor cumple su obligación de entregar la mercancía cuando la pone, para el despacho aduanal para la exportación, a cargo del transportista nombrado por el comprador en el lugar o punto fijado en el contrato de compraventa;

*FAS, Free Along Side Ship* (se refiere a Libre al costado del barco). Significa que el vendedor cumple su obligación de entrega cuando la mercancía se coloca al costado del buque, sobre el muelle o en barcazas, en el puesto de embarque convenido.

*FOB, Free On Board* (se refiere a libre a bordo). Significa que el vendedor cumple con su obligación de entrega cuando la mercancía sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque convenido. [S7]

- 3) Grupo C: Transporte principal costado (Cost):

CFR, Cost and Freight (se refiere a costo y flete). Significa que es que el vendedor debe pagar los gastos y el flete necesarios para hacer llegar la mercancía al puerto de destino convenido;

CIF, Cost Insurance and Freight (se refiere a costo, seguro y flete). Significa que el vendedor tiene las mismas obligaciones que en CFR (*Cost and Freight*), además de conseguir un seguro marítimo que cubra los riesgos mínimos de pérdida o daño de la mercancía durante el transporte.

CPT, Carriage Paid To (se refiere a porte pagado hasta). Significa que el vendedor paga el flete del transporte de la mercancía hasta el punto de destino acordado.

CIP, Carriage and Insurance Paid to (se refiere a porte y seguro pagado hasta). Significa que el vendedor tiene las mismas obligaciones que bajo CPT (*Carriage Paid to*), con el añadido de que ha de conseguir un seguro para la carga contra el riesgo, que soporta el comprador, de pérdida o daño de la mercancía durante el transporte. [8]

#### 4) Grupo D: De Llegada (*Delivery*):

DAF, Delivered At Frontier (se refiere a entregada en la frontera). Significa que el vendedor ha cumplido su obligación de entrega cuando ha entregado la mercancía, despachada en la aduana para la exportación, en el punto y lugar convenidos de la frontera, pero antes de la aduana fronteriza del país colindante.

DES, Delivered Ex Ship (se refiere a entregada sobre buque). Significa que el vendedor ha cumplido su obligación de entrega cuando ha puesto la mercancía a disposición del comprador a bordo del buque, en el puerto destino convenido, sin despacharla en la aduana para su importación.

DEQ, Delivered Ex Quay—duty paid— (se refiere a entregada sobre muelle), Significa que el vendedor ha cumplido su obligación de entrega cuando ha puesto la mercancía a disposición del comprador sobre el muelle, en el puerto destino, despachada en la aduana para la importación

DDU, Delivered Duty Unpaid (se refiere a entregada con derechos no pagados). Significa que el vendedor ha cumplido su obligación de entregar la mercancía cuando ha sido puesta a disposición del comprador del lugar convenido del país de importación.

DDP, Delivered Duty Paid (se refiere a entregada con derechos pagados). Significa que el vendedor ha cumplido su obligación de entregar la mercancía cuando ha sido puesta a disposición del comprador en el lugar convenido del país de importación.

### 5.3. Documentos necesarios para la importación-exportación

En el proceso de exportación e importación existen una gran cantidad de documentos, formatos, y toda clase de documentación que sirven para sustanciar el movimiento y

dominio de mercancías y sobre todo su entrada legal al país destino. Brevemente algunas de estas son: [9]

- ☞ **Factura pro forma.** Es una factura provisional en la que se informa al comprador de las condiciones en que el vendedor está dispuesto a realizar la venta. Es **importantísimo que incluya la denominación de pro forma** para diferenciarla de la factura definitiva. En ella se incluyen las condiciones de entrega, (Incoterms) y de pago.
- ☞ **Factura comercial.** Se precisa para el despacho de importación en la aduana, a la vez que la puede exigir el banco, Cámara de Comercio, ... La elabora el exportador y en ella se detallan todas las características de la mercancía así como las condiciones definitivas de la venta. Junto a dicha factura se incluirá la lista de contenido o "Packing List" donde se especifica el contenido de cada bulto de la expedición.
- ☞ **Factura consular.** Informa del precio y origen de la mercancía. La emite el consulado del país del comprador en el país del vendedor.
- ☞ **Documentación en la que se especifica las condiciones del transporte, el origen de la mercancía y el destinatario de la misma.** El contratante puede ser tanto el importador como el exportador, en función de las condiciones del contrato de venta. Su finalidad es documentar las condiciones por las que se rige el transporte de la mercancía; y demostrar que la mercancía ha sido entregada al transportista quién la deberá entregar al destinatario. Dicha documentación permite su retiro del transportista. Las modalidades son función del transporte elegido: a) Marítimo; b) Terrestre c) Aéreo; y d) Multimodal. [10]
- ☞ **Documentación que describe el seguro contratado y define los derechos de las partes.** El contratante de dicho seguro puede ser tanto el importador como el exportador, siendo el beneficiario el mismo contratante o una persona designada por él. Los tipos de pólizas son: a) Concretas (se especifica el valor de las mercancías y abstractas (no se especifica); b) Flotantes o de cobertura abierta (se refieren a exportaciones periódicas); y c) Por tiempo y viaje determinado.
- ☞ **Tipos de certificado.** Estos son: a) **de origen**, que certifica el origen de las mercancías; y es expedido por el propio exportador o por autoridad competente; b) **de peso y embalaje**, Certifica el número de unidades de que consta la partida, el peso unitario, el número de bultos, su numeración y el sistema de embalado. Lo expide el exportador, el transportista o un organismo oficial; c) **de análisis**, certifica el análisis de la mercancía exportada, y lo expide un organismo oficial, un laboratorio privado o incluso el propio exportador; y d) **de sanidad**, certifica las características sanitarias del producto, y es expedido por la autoridad sanitaria del país.
- ☞ **El Pedimento**, es un documento que cumple tres funciones: i) Es la forma donde asientan los datos referentes al régimen aduanero al que se destina la mercancía, y los necesarios para la determinación y el pago de los impuestos al comercio exterior y de cuotas compensatorias; ii) Es el documento donde se demuestra que se han pagado

todas las contribuciones ante la autoridad aduanera por la entrada y/o salida de las mercancías de comercio exterior hacia o desde el territorio nacional; iii) Comprueba la estancia legal de las mercancías y que fueron importadas a nuestro país.

#### 5.4. Impuestos al comercio exterior

Las contribuciones que pueden causarse con motivo de la importación son las siguientes: [S11]

- ☞ **Impuesto General de Importación (IGI).** Este puede ser a) Ad valorem, cuando se expresen en términos porcentuales del valor en aduana de la mercancía; b) **Específicos**, cuando se expresen en términos monetarios por unidad de medida; y c) **Mixtos**, cuando se trate de una combinación de los dos anteriores. El cual corresponderá de conformidad con la fracción arancelaria en la que se clasifique la mercancía importada, conforme a la Tarifa de la Ley de los Impuestos Generales de Importación y de Exportación, o la Tabla de Desgravación de México prevista en algún tratado de libre comercio, al valor en aduanas de la mercancía importada en los términos establecidos en los artículos 64 a 78 de la Ley Aduanera.
- ☞ **Impuesto al Valor Agregado (IVA).** El IVA se causa con motivo de la importación y se determina aplicando una tasa del 16%. Tratándose de la importación de bienes tangibles, se considerará el valor que se utilice para los fines del impuesto general de importación, adicionado con el monto de este último gravamen y de los demás que se tengan que pagar con motivo de la importación, incluyendo, en su caso, las cuotas compensatorias. En la franja o región fronteriza este impuesto es de 11%.
- ☞ **Impuesto Sobre Automóviles Nuevos (ISAN).** Este causa en caso de la importación de automóviles y se determina aplicando la tarifa establecida en la Ley del ISAN sobre el valor que se considere para efectos del impuesto general de importación, adicionado con el monto de este último impuesto y de los demás gravámenes que se tengan que pagar con motivo de la importación, a excepción del IVA;
- ☞ **Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (IEPS).** Causa con motivo de la importación de ciertos bienes que son: i) Bebidas con contenido alcohólico y cerveza —la tasa varía dependiendo del contenido de alcohol—; ii) Tabacos labrados —la tasa varía con respecto al tipo de producto, cigarros, puros y tabacos labrados; y pueros y otros tabacos labrados hechos enteramente a mano—; iii) gasolinas: la tasa que resulte para el mes de que se trate en los términos de los artículos 20.-A y 20.-B de esta Ley Aduanera. **En tanto para el Diesel:** la tasa que resulte para el mes de que se trate en los términos de los artículos 20.-A y 20.-B de esta Ley Aduanera; y bebidas energizantes, así como concentrados, polvos y jarabes para preparar bebidas energizantes;
- ☞ **Derecho de Trámite Aduanero (DTA).** Se causa con motivo de las operaciones aduaneras que se efectúen utilizando un pedimento o el documento aduanero correspondiente en los términos de la Ley Aduanera. El monto se puede conocer en la Ley Federal de Derechos, ya que las cantidades se actualizan semestralmente.

☞ **Derecho de Almacenaje.** El almacenaje en recinto fiscal o fiscalizado por mercancías que se van a destinar a la importación es gratuito los dos primeros días en tráfico aéreo y terrestre, en tráfico marítimo el plazo es de cinco días, debiéndose pagar solamente los servicios de manejo y custodia de las mismas durante estos periodos. Los plazos en las importaciones que se efectúen vía terrestre se computan a partir del día siguiente a aquél en que el almacén reciba las mercancías. Vencidos estos plazos, las cuotas de los derechos de almacenaje, en recintos fiscales, de mercancías en depósito ante la aduana, se establecen en el artículo 42 de la Ley Federal de Derechos, las cuales se actualizan periódicamente, por lo que se sugiere consultar las resoluciones de modificación en materia fiscal que son publicadas en el Diario Oficial de la Federación.

### 5.5. Retos y tendencias

Comenzó el curso con una breve exposición gerencial sobre la importancia de contar con una empresa bien fundada, y que entendiera el contexto en el cual habría de operar o en el que ya opera. La globalización como fenómeno mundial, da forma a un sistema internacional que poco a poco apunta a la consolidación de bloques regionales. Espacios económicos de intercambios comerciales, que incluyen a naciones, pero que al mismo tiempo las rechazan; que traen múltiples beneficios, pero que también tienen un daño colateral considerable. Como se ha expresado de manera metafórica, el tren de la globalización es una aspiración para muchos países, todos desean subir; no obstante, no todos pueden pagar el precio del boleto. Habrá quienes viajen en primera clase y habrá quienes apenas alcanzaron a abordar en el último vago. Quedando muchos abajo, viendo como sale el tren.

Para muchos, la respuesta está en el comercio, en el comercio internacional, auxiliado por la mercadotecnia internacional. Por tal motivo, las empresas y sus titulares, su alta Dirección, vuelcan todos sus esfuerzos por competir, valga la tautología, competitivamente en los mercados internacionales; teniendo que enfrentar retos insospechados y algunas veces indómitos. Pero no están solos, también pugnas otros actores del contexto internacional, globalizador, que con sus iniciativas y quehaceres, mejoran en algunos casos el ámbito de la competencia, mas en otros, la convierten en un mar de confusión.

Es por esa razón que los profesionales a los que les toca enfrentar directamente al sistema internacional deben: i) poseer un gran conocimiento del mercado local, de donde parten, pero también del mercado o mercados con los que van a tratar; ii) manejar todo el aspecto legal y normativo, con el fin de aprovechar eficazmente las oportunidades y atenuar los efectos no deseados, para de esta forma poder encontrar los elementos y las proporciones adecuadas para el diseño estratégico de sus planes de negocios; iii) contar con la flexibilidad necesaria para permitir la innovación, entendiendo el cambio social y las capacidades de sus empresas para lograr ofertas de valor, únicas y singulares; iv) mantener una perspectiva, en la medida de lo posible inter-disciplinaria con el fin de comprender, plantear correctamente, analizar y resolver satisfactoriamente, no sólo los problemas complejos del convencimiento del cliente sobre el producto, sino también sobre los asuntos de la economía y política internacionales que tanto afectan la conducción y operación de los negocios internacionales; y v) no olvidar que son las personas las que ejecutan todos los proyectos y planes. Estos son los verdaderos retos del marketing internacional. ES todo muchas gracias.