

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO HENRÍQUEZ UREÑA
(UNPHU)

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES

PROGRAMA DE CURSOS MODULARES

ESCUELA DE BANCA Y ECONOMÍA

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN Y MERCADEO



*Incidencia de la Carta de Crédito en la
Mercadotecnia Internacional*

MÓDULO DE ESTRATEGIAS MERCADOLÓGICAS

INFORME FINAL SUSTENTADO POR:

EUDINA SÁNCHEZ FÉLIZ

JENNY MERCEDES DE LA CRUZ FERNÁNDEZ

PARA OPTAR POR EL GRADO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN BANCARIA

LICENCIADO EN MERCADOTECNIA

SANTO DOMINGO, D.N.

1995

DEDICATORIA

A Dios: por ser el creador de todos nosotros, El decide cuándo han de hacerse las cosas y sin El nada es posible; por darme las fuerzas para continuar en el camino que un día emprendí al iniciarme en esta carrera y por ayudarme a vencer los obstáculos que se interpusieron para poder finalizar la misma, gracias a Dios.

A mis padres:

Temístocles Sánchez Pérez, persona humilde y de buen corazón, quien siempre ha sabido entendernos y darnos la confianza de contar con él.

Hilda Bienvenida Feliz de Sánchez, por ser la persona que más ha impulsado a todos sus hijos a que inicien y concluyan con éxito una carrera universitaria, dándoles siempre todo el apoyo, tanto moral como económico cuando lo hemos necesitado. Por ser una madre comprensiva e incondicional con todos y cada uno de sus hijos y por estar siempre dándome el apoyo que he necesitado para poder lograr la meta que un día me propuse: graduarme de una carrera universitaria.

A mis Hermanos: José Miguel (ausente), German, Orlando, Maicle Salomón y Joel David, por ser ellos en los que siempre he confiado y con quienes he podido contar siempre que los he necesitado. Que este trabajo de grado les sirva como fuente de inspiración y motivación para el logro de sus metas. Los quiero mucho.

A mi Esposo: Domingo Antonio de León Sánchez, esposo amoroso, cariñoso, tierno, trabajador incansable, responsable y honesto, en quien confío. Quien ha sabido de las vicisitudes, obstáculos e inconvenientes que he tenido que vencer por haber compartido conmigo parte de ellos; a quien en otros momentos he tenido que sacrificar durante el

desarrollo de mi carrera. Pero, más que nada, por confiar en mi y darme todo su apoyo e incentivos necesarios para que yo pudiese concluir con éxito la misma; de quien podría decir más, pero, muchas gracias, te amo.

A la Familia de León Sánchez: a ellos por darme todo su apoyo, cariño y comprensión, por tratarme como a un miembro más en el seno de su familia, gracias a todos.

A Salvador Samboy: gracias por la ayuda y cooperación brindadas.

A mis compañeros de trabajo de la División Internacional del Banco Dominicano del Progreso, S.A., por su cooperación a quienes se la he solicitado.

Eudina Sánchez Féliz

A Dios, porque él está en todas las áreas de nuestras vidas y sin su mano divina todo lo que hacemos no tiene validez. Gracias a Él nuestras metas cumplen su cometido porque nos dirige y nos ayuda.

A mi padre Marino, porque con su trabajo, esfuerzo y dedicación he podido hacer mi profesión. Además de que ha sido muy optimista y ha tenido plena confianza en mí como persona laboriosa y merecedora de darme la oportunidad de hacer una carrera. Tuve mis altas y mis bajas pero mi padre, Marino, siempre tuvo confianza en mí y por ello he llegado a esta meta que espero muchos la emprendan y realicen hasta el final.

A mi madre Edita, porque colaboró mucho en el transcurso de mi carrera, me ayudó en épocas difíciles, ha estado siempre pendiente de mí y me ha ayudado bastante.

A mi hermana Niurka, porque es difícil venir a estudiar desde un pueblo a la capital. Ella ha sido mi compañera y en los tiempos difíciles no me ha dado la espalda.

A mi abuela Reyes, porque me ha dado buenos consejos y siempre ha tenido palabras positivas para mí.

Todas estas personas y otras más de mi familia, entre ellos mis hermanos Dickson, Henry, Willie, mi tía Fior, han tenido el mejor deseo de ver realizada mi carrera como profesional y en todas las áreas de mi vida. Yo agradezco esa atención y la ayuda incondicional que me han dado.

Jenny Mercedes de la Cruz Fernández

ÍNDICE

Pág. No.

TEMA I

-ANTECEDENTES DE LA CARTA DE CRÉDITO	3
-CONCEPTO SOBRE CARTAS DE CRÉDITO	6
-CLASIFICACIÓN DE LAS CARTAS DE CRÉDITO	7
-ESQUEMA DE UNA CARTA DE CRÉDITO DE EXPORTACIÓN	10
-DOCUMENTOS UTILIZADOS PARAR NEGOCIAR UNA CARTA DE CRÉDITO	14
-FLUJOGRAMA DE LA CARTA DE CRÉDITO	17
-PARTES INVOLUCRADAS EN UNA CARTA DE CRÉDITO	18
-PRINCIPALES CLÁUSULAS Y DISCREPANCIAS MÁS COMUNES	22

TEMA II

-RESEÑA HISTÓRICA DEL SURGIMIENTO DE LA MERCADOTECNIA INTERNACIONAL	27
-IMPORTANCIA DEL COMERCIO INTERNACIONAL	29
-ESTRATEGIAS QUE SE APLICAN EN LA MERCADOTECNIA INTERNACIONAL	30
-LAS 4 P DE LA MERCADOTECNIA INTERNACIONAL	32

TEMA III

-INCIDENCIA DE LA CARTA DE CRÉDITO EN LA MERCADOTECNIA

INTERNACIONAL 34

-VENTAJAS DE LA CARTA DE CRÉDITO PARA EL VENDEDOR-

EXPORTADOR DENTRO DE LA MERCADOTECNIA INTERNACIONAL 36

-VENTAJAS DE LA CARTA DE CRÉDITO PARA EL COMPRADOR-

IMPORTADOR 38

-PERSPECTIVAS QUE OFRECE LA CARTA DE CRÉDITO EN LA

APERTURA DE MERCADOS 40

CONCLUSIÓN 41

BIBLIOGRAFÍA 42

INTRODUCCIÓN

La Carta de Crédito nace cuando se comienzan a utilizar los procedimientos de compra-venta sobre documentos, con la intervención de los bancos comerciales como una forma de hacer comercio, más sin embargo su desarrollo lo alcanzó a partir de la segunda guerra mundial en Inglaterra, debido a que el renacimiento de la economía exigía un mercado más amplio.

Paralelamente a este desarrollo de la Carta de Crédito nace lo que se conoce hoy día como Mercadotecnia Internacional debido a la razón expuesta anteriormente de la necesidad de expansión de los mercados.

Los gobernantes de la época sobre todo los de Europa consideraban que necesitaban consolidar sus economías sobre la base del intercambio libremente de sus productos a través de las fronteras nacionales. Es en esta etapa 1947 cuando nace el Gatt y la Comunidad Económica Europea, como una forma de generar un comercio internacional.

Otro factor importante que ha incidido en el desarrollo de la mercadotecnia internacional, lo ha sido el desarrollo de nuevas tecnologías, que le han permitido al hombre traspasar fronteras en un breve lapso de tiempo y de esta manera incursionar en nuevos negocios.

Es por todo esto que hemos considerado de lugar tratar el tema de ***"INCIDENCIA DE LA CARTA DE CRÉDITO EN LA MERCADOTECNIA INTERNACIONAL"***, las partes que intervienen, ventajas para las partes, clasificación etc.

TEMA I.

ANTECEDENTES DE LA CARTA DE CRÉDITO

Al analizar el proceso histórico de la misma, enfocaremos el aspecto de sus antecedentes, es decir, trataremos de ver cuales son los factores que dan origen al surgimiento de esta.

En nuestra búsqueda de los orígenes de la Carta de Crédito, hemos concluido en la opinión de que la misma puede dividirse en dos etapas:

PRIMERA ETAPA: Que hemos denominado "Etapa de Nacimiento", ya que es en esta donde comienzan a utilizarse los procedimientos de compra-venta sobre documentos, con la intervención de los bancos comerciales.

Es aquí cuando los vendedores entregaban una letra a cambio, acompañada de los documentos relativos a la mercancía y esta letra la descontaban en los bancos comerciales. Nace así el crédito documentario, como también se conoce la operación con Carta de Crédito.

SEGUNDA ETAPA: "Etapa de Desarrollo", llamada así porque es cuando realmente toma auge el uso de la Carta de Crédito.

Citamos esta fase con sede en Inglaterra, a partir de la Segunda Guerra Mundial, partiendo desde este entonces, debido a que el renacimiento de la economía exigió un mercado más amplio. Para esto, se generalizaron las compras y ventas internacionales, de tal forma que, todos los fabricantes y distribuidores, para competir, tomaron en consideración el adquirir materias o productos fabricados del exterior.

La ubicamos en Inglaterra, puesto que en esa época predominaban los bancos ingleses, debido a la importancia que tenía la libra esterlina, moneda de mayor valor existente.

De allí se difunde su uso a todos los países, a tal punto, que hoy día toda empresa que desee tener éxito en sus operaciones tiene que estar al tanto del desarrollo del comercio mundial.

Vemos sin embargo, siguiendo el avance de la Carta de Crédito, que el centro de operaciones de la misma se encuentra hoy en Estados Unidos. Esto, debido a que los bancos norteamericanos se fueron afianzando en el comercio internacional, respaldados por el predominio del dólar en el mercado mundial, situándose actualmente en la cúspide en cuanto a intercambio internacional se refiere.

En nuestro país, la utilización de la Carta de Crédito es muy reciente, dado el hecho de que el intercambio internacional era muy escaso antes de la década de los 60, debido al sistema político-económico que existía en esa época, constituyendo virtualmente una especie de monopolio, obstruyendo el libre comercio, y por ende, la competencia como motor de desarrollo económico

A partir de entonces, el crédito documentario ha venido incrementándose en la vida económica del país, de tal forma, que tenemos diferentes características de Cartas de Créditos las cuales se utilizan conforme a las necesidades de las partes contratantes.

CONCEPTOS SOBRE CARTAS DE CRÉDITO

La Carta de Crédito: "Es un instrumento técnico que constituye una forma de financiamiento para un embarque de mercancías de un país a otro, ya que el crédito del comprador se sustituye con el banco que la expide" (1).

La Carta de Crédito: "Es un compromiso escrito, emitido por un banco a requerimiento de un cliente (comprador o importador) autorizando a un beneficiario (vendedor o exportador) a emitir un giro o giros, los cuales serán honrados a través de un banco (banco pagador o negociador) usualmente en el país del beneficiario, si son girados de acuerdo con los términos y condiciones especificados en la Carta de Crédito" (2).

1 y 2 CITIBANK: "Método de financiamientos internacionales a las exportaciones e importaciones".

CLASIFICACIÓN DE LAS CARTAS DE CRÉDITO

Las Cartas de Crédito se han clasificado en función de la:

- 1) Obligatoriedad de las partes
- 2) Forma de Pago
- 3) Características propias

1) Según la obligatoriedad de las partes pueden ser:

A) Cartas de Crédito Revocables: en este tipo de Cartas de Crédito no existe un compromiso que obligue legalmente a los bancos involucrados y al beneficiario, ya que puede ser modificada o cancelada con la simple aprobación del comprador. Esta Carta de Crédito, implica riesgo para el vendedor, puesto que el documento puede ser reformado mientras la mercancía está en tránsito y antes de presentar los documentos y efectuar el pago. El vendedor se verá en la obligación de tener el pago directamente del comprador, aumentando así su riesgo operativo, ya que el documento puede ser modificado sin necesidad de avisar previamente al vendedor. **Esta clasificación de Cartas de Crédito está fuera de uso.**

No obstante, cuando un crédito revocable ha sido notificado y se encuentra en condiciones de negociarse la modificación o cancelación del mismo, sólo será efectiva al recibo del aviso correspondiente por el corresponsal o banco negociador y no afectará el derecho del mismo para obtener el reembolso de cualquier pago efectuado con anterioridad

al recibo de dicho aviso.

B) Cartas de Crédito Irrevocables: este tipo de Carta de Crédito constituye un compromiso definitivo del banco emisor con el beneficiario, en el sentido de que las instrucciones para el pago, aceptación o negociación serán cumplidas siempre y cuando se cumplan los términos y condiciones acordados.

Las obligaciones contraídas no pueden ser modificadas o canceladas sin previo acuerdo entre las partes. Este tipo de Carta de Crédito le otorga mayor seguridad de pago al vendedor, aunque el cobro de la importación depende del pago realizado por un banco extranjero. Cuando se emite esta Carta de Crédito es porque hay un acuerdo entre las partes envueltas en la transacción. Todo crédito documentario deberá indicar claramente si es revocable o irrevocable; cuando no exista ninguna indicación el documento se considerará revocable.

2) Según la Forma de Pago existen dos tipos de Cartas de Crédito:

A) Cartas de Crédito con depósito previo: se conoce con esta denominación aquellas que deben ser pagadas antes o en el momento en que se realiza la apertura. Esta es, pagadera a presentación de la documentación requerida, es la más utilizada en la actualidad, por las restricciones impuestas por las autoridades monetarias.

B) Cartas de Crédito sin depósito previo: esta transacción se caracteriza porque el banco emisor no exige el pago hasta que se haya recibido la documentación correspondiente y/o vencido la aceptación, en caso de que exista financiamiento adicional por parte del beneficiario. Lo anterior significa que este tipo de Carta de Crédito puede emitirse a la vista o a días vista (contra aceptación según el acuerdo entre las partes).

3) Según las características propias se pueden clasificar en:

A) Cartas de Crédito de importación o exportación: es una misma Carta que dependiendo de la ubicación de parte que este operando, la definirá bajo uno de estos dos objetivos, es decir, para el comprador será una Carta de Crédito de importación, mientras que para el vendedor será de exportación.

ESQUEMA DE UNA CARTA DE CRÉDITO DE EXPORTACIÓN

BANCO LOCAL

REPÚBLICA DOMINICANA

REP. DOMINICANA

VENDEDOR

PUERTO RICO

COMPRADOR

BANCO EXTERIOR

PUERTO RICO

b) Carta de Crédito cláusula roja: surge cuando el comprador está dispuesto a efectuar anticipos al vendedor antes del embarque. El termino cláusula roja se deriva de la tinta roja en la cual tales cláusulas fueron escritas originalmente.

Es esencial que el banco este apto para demostrar claramente, en todo momento la cantidad actual avanzada bajo la cláusula roja, y que no haya posibilidad de confusión con cualquier otro adelanto del mismo cliente. Un recibo será obtenido del beneficiario para cada cantidad avanzada disponible.

La confirmación del beneficiario del recibo de avance bajo un crédito cláusula roja bajo ninguna circunstancia debe implicar una obligación, por parte del banco, con respecto al uso al cual los fondos pueden ser dirigidos.

C) Carta de Crédito cláusula verde: como consecuencia de la Carta de Crédito cláusula roja nace la Carta de Crédito cláusula verde, en la cual se efectúan avances pero contra presentación de documentos provisionales que constatan, hasta cierto punto, que el vendedor está preparando el embarque de la mercancía.

D) Cartas de Crédito rotativas o reductivas: surgen cuando se ha de efectuar una serie de embarques durante un período de tiempo. Si la cantidad total es mayor que aquella que el banco o el comprador está dispuesto a tener vigente en cualquier momento, entonces se procede a emitir una Carta de Crédito por menor valor con una cláusula

indicando que después de efectuado el pago correspondiente a un embarque, se establecerá nuevamente la suma pagada quedando el crédito por el monto original.

Es una especie de línea de crédito mediante la cual el exportador, en base a los acuerdos establecidos con el vendedor, tiene a su disposición el monto que haya abonado a la Carta de Crédito original.

E) Carta de Crédito Back to Back: son Cartas de Crédito con idénticos requerimientos documentarios, con la excepción del precio de la mercancía, el nombre del vendedor y, posiblemente que la de menor valor, tendrá fecha de vencimiento más temprano que la primera. La carta de menor valor corresponde al importe que cobrará el agente representante del vendedor si existiera, y la misma está en desuso.

F) Cartas de Crédito Standby: son aquellas que sólo pueden ser utilizadas si no se ejecutan otras transacciones separadas, en esta el comprador es quien se beneficia en caso de que no se realice la operación.

Esta Carta de Crédito es similar a la garantía que se ofrece de parte de un banco extranjero para obtener el envío de mercancías hacia el país del importador. El uso de esta

Carta, prácticamente ha desaparecido.

Otra modalidad de Cartas de Crédito:

Cartas de Crédito pagadas a través de Convenios Recíprocos Internacionales:

es cualquier Carta de Crédito, con o sin depósito previo, cuyo reembolso (el del banco negociador) se efectúa a través de algún convenio de crédito recíproco. Los convenios de crédito recíprocos son acuerdos entre las autoridades monetarias de dos países que concertan para agilizar los desembolsos de divisas por concepto de Carta de Crédito.

DOCUMENTOS UTILIZADOS PARA NEGOCIAR UNA CARTA DE CRÉDITO

- Conocimiento de Embarque: Es el documento que demuestra que la mercancía ha sido puesta a bordo del barco, constituye la prueba de un contrato de transporte y del recibo de la mercancía ; se conoce también con el nombre de "Bill of Lading".

Este documento debe contener:

- 1) Descripción de la mercancía.
- 2) La identificación de las marcas y los números si los hubiere.
- 3) Nombre del buque transportador.
- 4) La prueba de que las mercancías han sido puestas a bordo.
- 5) Los puertos de embarque y desembarque.
- 6) Los nombres del remitente y del consignatario (si no hecho a la orden) y el nombre y dirección de la persona que deberá ser notificada.
- 7) Si el flete ha sido pagado o si es pagadero a destino.
- 8) Cuantos conocimientos de embarques fueron emitidos.
- 9) La fecha de emisión.

B) Factura Comercial: Es el documento donde se detallan los precios y la cantidad de los artículos. El vendedor establece el precio a pagar por el comprador y otras características de la mercancía a importar. Debe estar debidamente firmada y fechada por el exportador a sus agentes. Debe detallar claramente si la condición de venta es **FOB, C&F,**

CIF o FAS.

La factura comercial debe contener la siguiente información:

- 1) Condiciones y términos.
- 2) Fecha.
- 3) Nombre y dirección del comprador y vendedor.
- 4) Tipo de mercancía.
- 5) Valor (precio total y unitario).
- 6) País de origen.
- 7) Cantidad.
- 8) Puerto de embarque y desembarque.
- 9) Forma de entrega.
- 10) Compañía aseguradora.
- 11) Otras condiciones, según acuerdo entre las partes.

C) Factura Consular: Es el documento que consigna el precio y la cantidad de artículos; ampara la mercancía embarcada de un país a otro, preparada de tal forma que proporcione los informes requeridos por el país al cual se envía. La expide el consulado del país del banco emisor de la Carta de Crédito.

D) Certificado de Agente: Es el documento que hace constar si el beneficiario tiene o no agentes o representantes en el país del comprador y que indica si el referido agente percibe o no alguna comisión. Es emitido por el beneficiario. En República Dominicana es imprescindible este documento para solicitar las divisas al Banco Central.

FLUJOGRAMA DE LA CARTA DE CRÉDITO

Para tener conocimiento esquemático de los pasos a seguir en la apertura de la Carta de Crédito, presentamos dichos pasos:

- 1) Envío al Banco Central formulario CE-1 (solicitud permiso para retiro de mercancía y de divisas).
- 2) Aprobación por parte del Banco Central.
- 3) Aviso al cliente por parte del banco comercial.
- 4) Banco comercial avisa al banco corresponsal.
- 5) Banco corresponsal avisa al proveedor.
- 6) Proveedor envía mercancía según apertura y entrega documentos al banco corresponsal.
- 7) Banco corresponsal envía documentos a banco comercial.
- 8) Banco corresponsal solicita al banco comercial hacerle efectivo el valor de la Carta de Crédito
- 9) Una vez el banco comercial determina que los documentos concuerdan con los términos y condiciones de la apertura autoriza el pago de la misma.
- 10) El banco corresponsal avisa al banco comercial haber cobrado la Carta de Crédito.
- 11) El importador o cliente paga al banco comercial cuando recibe los documentos originales, si la condición es a la vista, o firmará un pagaré para cancelarlo cuando expire el término establecido en la Carta de Crédito.

PARTES INVOLUCRADAS EN UNA CARTA DE CRÉDITO

- CLIENTE (COMPRADOR)
- VENDEDOR (PROVEEDOR-EXPORTADOR-BENEFICIARIO)
- EL BANCO EMISOR (BANCO NACIONAL)
- EL BANCO CORRESPONSAL (BANCO EXTRANJERO)
 - A) Banco Notificador
 - B) Banco Pagador
 - C) Banco Negociador
- BANCO CENTRAL

1. El Cliente (Comprador-Importador): Es la persona o institución que inicia los trámites para aperturar una Carta de Crédito dentro de los términos y condiciones previamente convenidos con el vendedor-exportador, a través de una solicitud a su banco comercial.

2. Vendedor (Proveedor-Exportador-Beneficiario): A favor de quien se emite la Carta de Crédito, es la persona que recibe el importe consignado en el crédito, al presentar los documentos exigidos, cumpliendo con las condiciones estipuladas. Es quien obtiene mayores ventajas de la Carta de Crédito, ya que su recibo representa un compromiso irrevocable para obtener el pago de los bienes a negociar. El vendedor puede tener

representantes en el país, en cuyo caso, estos serán responsables ante el importador de cualquier incumplimiento en el contrato, en caso contrario, será el vendedor directo el responsable de algún incumplimiento.

3. El Banco Emisor (Banco Nacional): Es el responsable del pago final y definitivo del valor de los giros y/o documentos presentados por el beneficiario. La calidad de una Carta de Crédito depende del prestigio, solvencia y establecimiento del banco emisor, por esta razón, no todos los bancos están en capacidad de emitir Cartas de Crédito. El Banco Emisor, podrá ser un corresponsal del banco del comprador y tiene como objetivo básico servir al cliente, pero además se beneficia de las comisiones que reportan las operaciones.

Los riesgos en los que incurre el banco cuando tiene una Carta de Crédito abierta y no ha desembolsado el importe al banco corresponsal son:

A) El riesgo crediticio: está relacionado con la solvencia moral y económica del cliente, la cual se establecerá a través de los estados financieros, referencias comerciales y bancarias, garantías, etc.

B) El riesgo operacional: está determinado por los detalles de la operación, entre ellos están: tipo de mercancía, plazo de entrega de la misma, medios de transporte y tipo de seguro entre otros.

C) El riesgo cambiario: en la actualidad el Banco Central de la República Dominicana no está otorgando divisas a la par para ningún renglón de importación, esto implica que el banco comercial que emita una Carta de Crédito sin depósito previo o prepagada parcialmente, asume el riesgo cambiario que se deriva de las continuas oscilaciones de la tasa cambiaria verificada en el mercado libre de divisas.

4. El Banco Corresponsal (Banco Extranjero): este surge como una necesidad para cubrir la distancia y ubicación que separa a las partes implicadas en la negociación, es decir, su labor consiste en servir de intermediario entre la operación que realiza el beneficiario y el banco emisor que actúa en representación de su cliente. Son varias las funciones que puede realizar un banco corresponsal en el manejo de una Carta de Crédito, dependiendo de características especiales y obligatorias propias de la operación a realizar, clasificándose de acuerdo a estas funciones en:

A) Banco Notificador: generalmente está ubicado en la plaza o país del beneficiario y su única misión es la de notificar que el banco emisor abrió una Carta de Crédito a su favor, informándole todos los detalles, términos y condiciones, pero sin asumir responsabilidad alguna con el beneficiario. Este banco deberá tener un razonable cuidado de verificar la aparente autenticidad del crédito que notifica.

B) Banco Pagador: es designado como tal por el banco emisor en el contenido del crédito, a cuyo cargo librará el beneficiario sus giros para presentarlos acompañados de los

documentos correspondientes y así cobrar los bienes sujetos a negociación.

C) Banco Negociador: es un banco usualmente no mencionado en el instrumento de la Carta de Crédito el cual elige "negociar" (adelantar fondos) al beneficiario contra presentación de los documentos requeridos por los términos de la Carta de Crédito.

D) Banco Reembolsador: su función es la de servir de intermediario entre el banco emisor y el banco pagador para reembolsar a este último los pagos que ha efectuado por cuenta del primero.

E) Banco Confirmador: es el que asume el compromiso de pagar al beneficiario; este se convierte en fiador solidario y principal pagador de las obligaciones del banco emisor.

5. El Banco Central: En algunos casos esta institución en lo que se refiere a las Cartas de Crédito, tiene como función básica, aprobar las mismas, a través de los bancos comerciales siempre que los bienes a importar se ajusten a las disposiciones que para este tipo de operación existen.

PRINCIPALES CLÁUSULAS Y DISCREPANCIAS MAS COMUNES

A) Una Cláusula: es un requisito que se consigna en la Carta de Crédito y que debe ser cumplido de lo contrario se considerará una discrepancia, las principales cláusulas son:

- 1) Fecha de validez.
- 2) Fecha de embarque.
- 3) Cantidad o importe.
- 4) Cantidad de mercancía.
- 5) Documentos que deben ser presentados.
- 6) Documentos contra los cuales debe ser pagada la Carta de Crédito.
- 7) Flete pagado por anticipado.
- 8) Flete pagadero a destino.
- 9) Embarques parciales permitidos.
- 10) Embarques parciales no permitidos.
- 11) Transbordos permitidos.
- 12) Transbordos no permitidos.
- 13) País de origen de la mercancía.
- 14) País de destino de la mercancía.
- 15) Gastos del exterior por cuenta del beneficiario/comprador.
- 16) Condiciones de venta (FOB, C&F, FAS, etc.).
- 17) A la orden de quien debe estar emitido el conocimiento de embarque o la guía aérea.

- 18) A quien se debe notificar la llegada de los documentos y/o mercancías.
- 19) Sobre quien deben estar giradas las letras de cambio, etc.

B) Discrepancias más comunes: de acuerdo a datos obtenidos aproximadamente el 40% de los documentos que son presentados por los beneficiarios de Cartas de Crédito contienen alguna discrepancia, lo cual origina retrasos en la negociación. Las discrepancias más comunes son:

- 1) Carta de Crédito expirada, es decir, los documentos son presentados después de vencido el crédito.
- 2) Embarque realizado desde un puerto o dirigido a un puerto distinto al especificado en dicho documento.
- 3) Algunos de los documentos exigidos en la Carta de Crédito no son presentados.
- 4) El embarque no fue consignado a la persona o en la forma descrita en la Carta de Crédito.
- 5) El conocimiento de embarque y los demás documentos no han sido presentados en un tiempo prudente posterior a la fecha de embarque.

- 6) Ausencia en el conocimiento de embarque de indicación de que el flete ha sido pagado o de que la mercancía se encuentra a bordo cuando así lo estipule la Carta de Crédito.
- 7) El monto del seguro es insuficiente.
- 8) La fecha a partir de la cual el seguro se hace vigente es posterior a la fecha de embarque.
- 9) El seguro está expedido en forma no negociable.
- 10) La factura comercial presenta cargos o gastos no permitidos por la Carta de Crédito.
- 11) La descripción de la mercancía en la factura comercial no coincide con la constatada en la Carta de Crédito.
- 12) La letra de cambio ha sido emitida en forma incorrecta.
- 13) Conocimiento de embarque con salvedades relativas a mercancía o el empaque (conocimiento de embarque no limpio).

14) Conocimiento de embarque "Charter party" (cuando no está específicamente autorizado en crédito).

15) Falta prueba de que la mercancía ha sido realmente puesta a bordo.

16) Mercancía embarcada en cubierta.

17) Presentación de un documento de seguro diferente al exigido por el crédito.

18) Incongruencia de los documentos entre sí.

19) Incongruencias de pesos entre los documentos.

20) Los importes que aparecen en la factura son diferentes a los de la letra o giro.

21) Se ha excedido la suma del crédito.

22) Incongruencias de marcas y números entre los documentos.

23) Embarque incompleto.

24) La letra de cambio es pagadera en una fecha indeterminable.

25) Faltan firmas en caso de que se requieran en los documentos presentados.

26) Embarque tardío.

Algunas de estas discrepancias pueden ser subsanadas en forma inmediata por el beneficiario, sin embargo, otras pueden ser corregidas; en este caso, los bancos negociadores pueden rehusar al pago o negociación de los documentos presentados, ya que siendo simples mandatarios de sus clientes (o de otros bancos) carecen de autoridad para pagar o negociar documentos que no se ajusten estrictamente a los términos y condiciones fijados por su ordenante.

TEMA II.

1) RESEÑA HISTÓRICA DEL SURGIMIENTO DE LA MERCADOTECNIA INTERNACIONAL.

"La mercadotecnia internacional surgió a partir de la segunda guerra mundial, cuando las fuerzas armadas de los Estados Unidos se diseminaron por toda Europa y el lejano oriente, los cuales llevaron consigo productos de fabricación nacional. Estos productos fueron vistos y utilizados por otros pueblos, los cuales comenzaron a demandar de ellos.

Antes de la guerra, los países tendían a proteger las industrias nacionales de la competencia extranjera por medio de tarifas y otros reglamentos restrictivos; pero al concluir la guerra las naciones comenzaron a anular tales barreras. Los líderes políticos aceptaron la idea de que la estabilidad económica dependía fundamentalmente del intercambio relativamente libre de productos, a través de las fronteras nacionales. Inmediatamente después de la guerra, se llegó a varios acuerdos internacionales para alentar el comercio entre países y preservar la paz.

Entre ellos podemos citar:

- El acuerdo general sobre aranceles aduaneros y comercio (GATT).

- El mercado común europeo, hoy Comunidad Europea (C.E.)". (1)

1 Charles D. Scheve, Reuben M. Smith : "Mercadotecnia Conceptos y Aplicaciones"

p 614

2) IMPORTANCIA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

La importancia del comercio internacional radica en el intercambio de mercancías y/o servicios que sostienen los países para ejercer el comercio, puesto que ningún país por sí solo es autosuficiente, aún siendo un país desarrollado.

Otro aspecto que le da razón de ser al comercio internacional, lo son las ganancias y la expansión de sus mercados que obtienen los empresarios al poder mercadear sus productos y/o servicios en el exterior.

No sólo en casos de compra y venta de productos y/o servicios se da el comercio internacional, puesto que una necesidad producto de un imprevisto causado por la naturaleza (terremoto, huracán etc.) nos puede llevar a demandar de la cooperación de otros países con y con ello se realiza una operación de comercio internacional.

3) ESTRATEGIAS QUE SE APLICAN EN LA MERCADOTECNIA INTERNACIONAL

Para mercadear un producto internacionalmente, una organización debe disponer de varias estrategias entre las cuales se debe elegir:

- Exportaciones
- Licencias
- Coinversiones
- Fabricación extranjera
- Corporaciones multinacionales

A) Exportaciones: Tradicionalmente el primer paso para comercializar un producto en el extranjero es exportarlo. Aunque la elaboración es nacional, se fabrica en base a las normas legales del país a quien se va a exportar. También, el exportador por conveniencia en ocasiones cuando son compañías pequeñas busca reducir costos y exporta el producto sin ensamblar.

B) Licencias: Esta estrategia es muy conveniente para compañías pequeñas, medianas y algunas grandes que fabrican productos tecnológicamente complejos, pues emiten licencias a fabricantes extranjeros para utilizar una patente, marca registrada o un proceso tecnológico en particular, estas son convenientes para penetrar al mercado extranjero, porque

no requieren una inversión substancial para la fabricación.

C) Coinversiones: Para una empresa ingresar al mercado extranjero, puede hacerlo mediante una coinversión con una compañía extranjera. Existe beneficio para cada una porque la primera se encarga de fabricar el producto con rapidez y la segunda, se hará cargo de una operación comercial existente. Así se reducen los riesgos y la inversión para la primera empresa.

D) Fabricación extranjera: Esta es otra de las estrategias de la mercadotecnia internacional, ya que los gobiernos de los países donde se instala una empresa de fabricación extranjera tienden a darles incentivos por la inversión que realizan allí y por la participación de personal nacional en dichas empresas.

E) Corporaciones multinacionales: Este tipo de operaciones ofrece muchas ventajas. Son aquellas compañías que manejan instalaciones fabriles de mercadotecnia en cinco países por lo menos. Las plantas en diferentes países se especializan en productos distintos y la producción se organiza para reducir al mínimo el transporte tanto de materias primas como de productos terminados.

4) LAS 4 P DE LA MERCADOTECNIA INTERNACIONAL

Otras estrategias básicas que se aplican para comercializar un producto en el comercio exterior son:

A) Producto: cuando se comercializa un producto extranjero ha de tenerse en cuenta los gustos, los hábitos y preferencias etc., dependiendo del tipo de mercado al que vaya dirigido el producto, ya que en algunos casos ciertos productos ameritan ser modificados por lo expresado anteriormente.

B) Precio: con frecuencia los productores asignan a sus productos precios mas bajos para el mercado extranjero que para el mercado nacional. Esto puede suceder por varias razones, ej. el mercado extranjero puede ser de bajos ingresos y se requieren precios bajos para vender los productos o, los fabricantes pueden utilizar un precio bajo para construir su participación en el mercado para competir con los fabricantes domésticos o extranjeros, o los fabricantes pueden desear vender el exceso de productos que no tienen un mercado doméstico.

C) Promoción: Las actividades promocionales y mas que todo las de publicidad se encuentran dentro de las campos mas sensibles de la mercadotecnia internacional. El costo y la conveniencia dictaminan que una compañía use medios promocionales similares en todos los mercados. Sin embargo, lo que da buenos resultados en un país suele no producirlos en

otros. El asunto mas importante en la publicidad internacional es el grado en que los especialistas en mercadotecnia son capaces de estandarizar sus mensajes y estrategias promocionales y en este aspecto, la influencia mas crítica es el nivel de desarrollo económico.

D) Plaza: Elegir la plaza correcta constituye uno de los elementos mas importante de la estrategia de mercadotecnia, pero al igual que el precio el control de la plaza es restringido en los mercados internacionales, ya que suele suceder en ocasiones donde la competencia los controla con frecuencia; sobre todo en países pequeños.

TEMA III

1) INCIDENCIA DE LA CARTA DE CRÉDITO EN LA MERCADOTECNIA INTERNACIONAL

Con la expansión del comercio internacional a principios de este siglo, se hizo cada vez mas necesario que los bancos internacionales y empresas ocupadas en financiamiento bajo carta de crédito logaran un acuerdo acerca de la manera en la cual el financiamiento bajo carta de crédito podría ser conducido dentro de las diversas costumbres y prácticas de cada país. El éxito de la comunicación internacional en cualquier forma es confiando en el claro entendimiento entre las partes, así como el significado de las palabras, ambos desde el punto de vista legal y práctico.

El canje de mercancía entre países puede ser efectuado con dificultades a menos que el comprador, el vendedor, y los bancos entiendan a cabalidad el lenguaje y ramificaciones legales de las transacciones en particular.

Por la necesidad de claridad del lenguaje y la necesidad de unidad de prácticas y procedimientos cuando se comercia con cartas de crédito, la Cámara de Comercio Internacional ideó un juego de reglas tituladas "Reglas y Usos Uniformes relativos a los Créditos Documentarios". Originalmente publicada en 1930 estas reglas son revisadas

periódicamente para conocer cambios en procedimientos internacionales. De ahí la incidencia que ha tenido la Carta de Crédito en la mercadotecnia internacional.

2) VENTAJAS DE LA CARTA DE CRÉDITO PARA EL VENDEDOR-EXPORTADOR DENTRO DE LA MERCADOTECNIA INTERNACIONAL

Las partes que intervienen en este proceso de compra-venta necesitan estar seguros que la operación en la cual se van a involucrar les permite obtener ventajas para ambas partes por lo cual el hecho de abrir una Carta de Crédito le garantiza a cada una de las partes que los resultados serán óptimos siempre y cuando se cumplan los términos estipulados en la misma. De ahí deducimos las siguientes ventajas que obtienen las diferentes partes envueltas:

- El vendedor se beneficia al obtener una carta de crédito garantizada por un banco ya que este confía más en el crédito bancario que en el crédito del comprador.

Esta es una importante ventaja para el vendedor, ya que en los casos de cartas de crédito irrevocables, el vendedor está protegido contra el riesgo comercial (riesgo de no pago causado por insolvencia del comprador).

- El vendedor prevé de que el pago por su mercancía pueda ser retenido o se arriesgue por actos políticos o problemas de cambio de moneda extranjera en el país del comprador. Contando con la garantía de un banco en la operación el vendedor se siente seguro.

En los casos de Carta de Crédito irrevocable confirmada el vendedor está también protegido contra el riesgo de transferencia de cambio. Ejemplo: riesgo de que el gobierno extranjero tome acción de bloquear la transferencia de moneda extranjera al país del exportador.

- La existencia de una Carta de Crédito a favor del exportador puede proveer las bases para el exportador obtener un préstamo para comprar o fabricar las mercancías antes de embarcar bajo la Carta de Crédito.

Bajo los términos de financiamientos de Aceptación Bancaria el exportador puede obtener fondos rápidamente después del embarque a pesar de haber concedido términos de crédito al comprador.

3) VENTAJAS DE LA CARTA DE CRÉDITO PARA EL COMPRADOR-IMPORTADOR

- El comprador con el establecimiento de una Carta de Crédito, tiene la seguridad de que su banco rehusará cualquier pago al vendedor a menos que este haya cumplido con los términos del crédito, términos que el comprador dio a su banco y que están estipulados en la Carta de Crédito.

- Si el comprador hace arreglos para una Carta de Crédito, que por previo acuerdo del vendedor no es pagadera a presentación, el comprador recibió términos de crédito a costo posiblemente menor que si tuviera necesidad de tomar un préstamo por 60 ó 90 días para pagar al vendedor inmediatamente.

- Es posible en muchos países para el comprador bajo una Carta de Crédito, habiendo recibido y pagado por la mercancía importada, refinanciar la mercancía hasta que esta sea vendida.

La venta de mercancías es decidida en privado entre el comprador y el vendedor (o a través de sus agentes) y el acuerdo de las dos partes es evidenciado por un "Contrato de Venta", ya sea formalmente escrito o acordado oralmente, es recomendable en los negocios que todo acuerdo o contrato se haga por escrito.

Como parte del acuerdo o contrato de venta, los términos de ventas y el método de pago de las mercancías deberán ser establecidos. Si una Carta de Crédito se designa como financiamiento, el comprador deberá solicitar a su banco la expedición de una Carta de Crédito a favor del vendedor con el propósito de inducir al vendedor a proceder con el embarque.

4) PERSPECTIVAS QUE OFRECE LA CARTA DE CRÉDITO EN LA APERTURA DE MERCADOS

La Carta de Crédito por ser uno de los medios de pagos internacionales mas costoso para los clientes que la solicitan, ofrece la opción de ser mas confiable y seguro para las partes que intervienen en el proceso de negociación.

Creemos que juega un papel de vital importancia para nuestra economia en lo que se refiere a la apertura de los mercados, debido todo ello a las expectativas creadas en cuanto a los incentivos que se ofertan para captar la atención de la inversión extranjera.

Producto de la reducción de los aranceles que como consecuencia auspicia el Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (**GATT**) y la recién promulgada ley sobre Inversión Extranjera; con lo cual se persigue lograr el crecimiento y desarrollo de nuestra economía.

Con la apertura de mercados se vislumbra un crecimiento en el sector financiero por lo que se cree que con la instalación de más empresas extranjeras se proyecta que habrán de incrementarse las solicitudes para abrir cartas de crédito como consecuencia del aval que representan para cada una de las partes involucradas en el proceso de compra-venta-financiamiento.

CONCLUSIÓN

La incidencia de la Carta de Crédito en la mercadotecnia internacional ha sido de vital importancia puesto que afianza las relaciones de comercio internacional. Como muestra de ello podemos citar las "Reglas y Usos Uniformes relativos a los Créditos Documentarios" que tuvo que emitir la Cámara de Comercio Internacional para reglamentar las mismas, también los bancos que intervienen en la operación de cartas de crédito y como unos y otros interactúan en la mercadotecnia internacional teniendo como objetivo principal la operación comercial que realiza, en este caso la operación de Carta de Crédito.

También podemos ver como para realizar este tipo de operación ha de tenerse en cuenta factores como son el precio, la plaza, el producto y la promoción; y como algunos de ellos presentan variaciones considerables de un país a otro, todo ello, cuando se trata de comercializar un producto en mercados internacionales.

Otro aspecto que podemos resaltar es la importancia del comercio internacional para lograr un desarrollo económico de los países que intervienen, dentro de lo que es un proceso de tramitar Carta de Crédito dentro de la mercadotecnia internacional.

BIBLIOGRAFÍA

CREMADES, BERNARDO MARÍA

"EL CRÉDITO DOCUMENTARIO EN COMERCIO EXTERIOR"

CÁMARA DE COMERCIO INTERNACIONAL, 1979. PARÍS

CHARLES D. SCHEWE, REUBEN M. SMITH

"MERCADOTECNIA CONCEPTOS Y APLICACIONES"

EDITORIA MC.GRAW-HILL DE MÉXICO, 1982

CITIBANK

"MÉTODOS DE FINANCIAMIENTOS INTERNACIONALES A LAS
EXPORTACIONES E IMPORTACIONES"

AGOSTO, 1987

MAGRO MAS, ALEJANDRO

COMERCIO INTERNACIONAL "EL GATT"

EDITORIA GUARDIANA DE PUBLICACIONES, S.A. MADRID, 1968

KOTLER, PHILLIP

"MERCADOTECNIA"

EDITORIA PRENTICE-HALL HISPANOAMERICANA, S.A. MÉXICO, 1981

FOLLETOS

ABINADER, JOSÉ RAFAEL

FOLLETO: "EL COMERCIO EXTERIOR .. COMO INSTRUMENTO DEL
DESARROLLO"

CONFERENCIA DICTADA EN LA SECCIÓN DE LA CÁMARA DE COMERCIO
DOMÍNICO-JAPONESA CELEBRADA EN EL HOTEL LINA, LA NOCHE DEL 14 DE
DICIEMBRE DE 1979.

CEDOPEX

CONFERENCIA DE LAS NACIONES UNIDAD SOBRE COMERCIO Y DESARROLLO
GINEBRA, 23 DE AGOSTO 1979.