



UADY

FACULTAD DE
CONTADURÍA Y
ADMINISTRACIÓN

Licenciatura en Mercadotecnia y Negocios Internacionales

Tema 6

PRECIOS DE EXPORTACIÓN

Material preparado por:

C.P. Raúl H. Vallado Fernández, M.F. ©

¿Qué es una estrategia comercial de exportación?

Consiste básicamente en definir el producto a exportar y sus adecuaciones, en seleccionar mercados y canales de distribución, en determinar el servicio post-venta, la forma de promover la exportación y desde luego el precio de venta.

Constituye la respuesta del *¿cómo exportar?*, siempre y cuando cuente con un enfoque bien definido y objetivos específicos.

¿Cómo diseñar su estrategia comercial de exportación?

El objetivo primordial de la Estrategia Comercial de Exportación (ECE) es competir en el o los mercados meta de una manera consistente y bien dirigida, por lo que debe estar bien sustentada en una estrategia competitiva. Esta última define si se compete en un mercado de bajo precio o bien en un mercado selecto que permite un buen margen de ganancia.

En resumen, la ECE está integrada por dos conceptos básicos de mercadotecnia:

- La estrategia competitiva
- La mezcla de mercadotecnia (marketing mix)

El precio como parte de la estrategia comercial

El precio es el único elemento de la ECE que es generador de ingresos, todos los demás son costos. Sirve también como medio de comunicación con el comprador al proporcionar una base para juzgar el atractivo de una oferta y está influido por la interacción de factores internos y externos a la empresa.

Así, para definir un precio y elaborar una cotización internacional es importante contar con información precisa de cada uno de los tres elementos básicos:

- De la empresa
- Del mercado
- De la logística

La cotización internacional como elemento integrador

La cotización internacional integra aspectos de cada uno de los tres elementos involucrados en el proceso de exportación (empresa, mercados, logística); tales como costos, capacidad de producción, fortalezas y debilidades de la empresa, gastos asociados a la exportación, precios y características de la competencia.

Es importante utilizar la información recopilada, tanto de costos como de gastos de exportación y precios en el mercado, para determinar el precio.

Antecedentes para cotizar

Muchas empresas que empiezan a exportar presuponen que fijar un precio al exterior y dar una cotización basta simplemente con calcular sus costos y sumar una utilidad.

La determinación de los precios y la presentación de una cotización en el mundo actual implica también un análisis del mercado y la competencia para su producto.

Los objetivos, el mercado y la competencia de la empresa deberán ser el punto de partida en toda decisión relativa a los precios y las cotizaciones.

¿Qué son los costos?

Es el desembolso al que obliga determinado objeto o actividad. Sirve para identificar la cantidad de dinero que se debe calcular para cubrir su proceso de producción o de comercialización. El costo es un elemento con alto grado de certidumbre y poco flexible, pues no está sujeto a negociación.

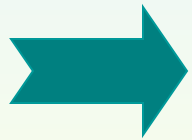
¿Qué es el precio?

Algunas definiciones son:

- Expresión final de la articulación de costos, que contempla una rentabilidad.
 - Es el valor expresado en términos monetarios que funciona como medio de intercambio.
 - Es el valor que se le da a los bienes y servicios; es la cantidad de dinero que se necesita para adquirir productos o servicios.
- El precio es, por excelencia, negociable.* Por ello se dice que tiene un área rígida y una blanda; rígida la que está representada por la parte de los costos más la utilidad mínima y la blanda, que está representada por el precio máximo (precio realista) al que se aspira a vender.

Políticas para determinar el precio de exportación

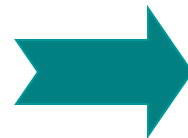
Las empresas cuentan con tres tipos principales de políticas, las cuales están orientadas por alguno de los siguientes factores:



Costos



Mercado/demanda



Competencia

Orientada por los costos

Representa la política más sencilla y ampliamente utilizada. Se calcula un costo para cada unidad de producción y a ese costo básico se le suma un porcentaje o margen de beneficio absoluto para determinar el precio.

Orientada por el Mercado/demanda

Parte de la intensidad de la demanda expresada por los consumidores. Se fijan precios altos cuando el interés de los consumidores es intenso y precios bajos cuando es débil. Los costos reales pueden ser los mismos en ambos casos. Esto sucede mucho en productos perecederos o en los que tienen un precio internacional.

Orientada por la competencia

Se basa en el comportamiento real o previsto de los competidores. Las empresas que aplican este método no buscan vincular los precios con los costos ni con la demanda del mercado. Determinan sus precios con relación a lo que hacen sus competidores, o bien con base en su propia estrategia comercial de exportación, en la que se define una estrategia competitiva, ya sea de diferenciación o de liderazgo en costos.

Técnicas para determinar el precio de exportación

Para formular el precio de exportación se dispone de dos técnicas:

Una que parte del precio de planta al que se adicionan los demás conceptos para obtener el precio de exportación (Costing).

La otra parte del precio del mercado (óptimo) y sustrae los conceptos agregados que se calculan aparte, para adecuar las variables del resultado predeterminado (Pricing).

Costing (Base Aditiva)

A partir del costo de producción, se adiciona un margen de utilidad, además de fijar la estrategia de venta que contemple las variables, volúmenes, precios, tiempos y financiamientos; conocer la ganancia neta y adicionar sistemáticamente los gastos en que se incurra.

Este método tiene la desventaja de que el precio que el exportador determina puede ser demasiado bajo en el mercado, lo que podría generar desconfianza o, en el mejor de los casos, se estará dejando de ganar. También puede tratarse de un precio muy alto que no sea competitivo en el mercado.

Pricing (Base sustractiva)

Esta técnica consiste en determinar el precio de venta con base a un precio definido en el mercado. Partiendo de ello, se realiza un retroceso de gastos, a efectos de identificar la utilidad que el mercado permite, que resulta de comparar nuestros costos contra el precio del producto puesto en planta o que es lo mismo que al precio de mercado restar los gastos relacionados.

Para quien se inicia en la exportación este método no es el más adecuado, ya que a partir de un precio base habrá variables que se desconocen, incluso algunas de ellas estarán fuera de control del exportador.

Estructura de Fijación de precios



C.t. \$ 10.00
Ut. \$ 4.00
P \$ 14.00



+ 7



= \$ 21.00

Costing



Pricing

P \$ 11.00 =

- 7

\$ 18.00

¿Qué significa?

En esta estructura se aprecia que inicialmente el exportador esperaba tener una utilidad de \$ 4.00 dólares y determinó el precio utilizando “Costing”.

La realidad del mercado le indicó posteriormente que el precio máximo al que puede vender es de \$ 18.00 dólares y no de \$ 21.00 dólares, por lo que haciendo “Pricing” se da cuenta de que la utilidad que el mercado le fija es sólo de \$ 1.00 dólar.

Con base en sus propios objetivos, de él depende si vende o no. Los \$ 7.00 dólares son gastos fijos de transportación.

Términos internacionales de operación

En el comercio internacional se emplean “términos” que regulan las operaciones y que se supone deben de tener una aceptación mundial. Sin embargo, dada la especialización de las partes que intervienen (importador, exportador, transportistas, agentes y autoridades), puede haber distintas interpretaciones sobre un mismo término. Por eso los diferentes términos que se emplean en operaciones internacionales son:

- De compra-venta
- De transportación multimodal
- De valoración aduanera

Términos de compraventa Internacional

Son voluntarios entre las partes y se utilizan para conocer los derechos y obligaciones entre vendedor/exportador y comprador/importador. En la práctica, prevalecen dos reglas a nivel mundial:

- Los Incoterms de la Cámara de Comercio Internacional.
- Los RAFTD de la Cámara de Comercio de los Estados Unidos.

RAFTD

Los RAFTD “Revised American Foreign Trade Definitions” son las definiciones revisadas del comercio exterior norteamericano. Son emitidas por la Cámara de Comercio de los Estados Unidos; su primera edición fue en 1919 y la última revisión tuvo lugar en 1941. En 1985, dicha Cámara recomendó no utilizarlos y sugirió emplear en su lugar los Incoterms, aunque muchas empresas los siguen usando por costumbre o como una práctica normal.

Su objetivo principal es proporcionar un conjunto de normas internacionales que faciliten las operaciones de comercio exterior y la integración del contrato de compra-venta o su equivalente.

Los INCOTERMS

Son la abreviación en idioma inglés de “International Commerce Terms” y son emitidos por la Cámara de Comercio Internacional (I.C.C.) con sede en París, Francia; su primera publicación fue en 1936 y se han realizado diversas revisiones hasta 2000.

El objetivo de los INCOTERMS es establecer un conjunto de términos y reglas de carácter facultativo, que permite acordar los derechos y obligaciones tanto del vendedor como del comprador en las transacciones comerciales internacionales, por lo que se pueden utilizar en contratos de compraventa con el extranjero.

Los INCOTERMS

Con los INCOTERMS, las empresas tienen certidumbre en la interpretación de los términos negociados entre comprador y vendedor, ya que se aplican reglas internacionales uniformes.

Los INCOTERMS no son obligatorios por alguna legislación internacional, su validez se la dan las partes contratantes en el momento que así lo acuerdan.

Los INCOTERMS, por su precisión, flexibilidad, uso y aceptación cada vez mayores son los que prevalecen en el comercio mundial.

Clasificación por grupos

Esta clasificación se reconoce por la primera letra de las siglas del Incoterm, mismas que pueden ser:

- E = Exit (en punto de salida).
- F = Free (libre de flete principal).
- C = Cost (costo de flete principal incluido).
- D = Delivered (entregado en destino).

Donde el “flete principal” es el que llega al lugar de destino.

¿Qué significan?

- 1. En punto de salida (E) es el de menor obligación para el vendedor. Lo único que debe hacer es poner las mercancías a disposición del comprador en el lugar acordado, normalmente en su propio local.**
- 2. Libre de flete principal (F). Los términos F requieren que el vendedor entregue las mercancías para el transporte de acuerdo con las instrucciones del comprador.**

¿Qué significan? (2)

3. Costo de flete principal incluido ©. Los términos C exigen que el vendedor contrate el transporte en las condiciones acostumbradas y a sus expensas. Los términos C son de la misma naturaleza que los F, por cuanto el vendedor cumple con el contrato en el país de embarque o despacho; en este momento se concluye el contrato.

4. Entregado en destino (D). Los términos D son de naturaleza distinta a los términos C, toda vez que, de conformidad con los primeros, el vendedor responde de la llegada de la mercancía al lugar o al punto de destino en la frontera o dentro del país de importación convenidos. El vendedor ha de soportar la totalidad de riesgos y de costos para hacer llegar la mercancía hasta dicho destino. De ahí que los términos D constituyan contratos de llegada, mientras que los términos C son propios de contratos de salida, concluidos con el embarque.

INCOTERMS 2000

INCOTERMS 1990				
Grupo	Sigla	Inglés	Español	
"E"				
Salida	EXW	EX-works	En punto de origen.	
"F"				
Transporte principal no pagado	FCA	Free carrier	Libre de porte.	
	FAS	Free alongside ship	Libre al costado del buque.	
	FOB	Free on board	Libre a bordo.	
"C"				
Transporte principal pagado	CFR	Cost and Freight	Costo y flete.	
	CIF	Cost insurance and freight	Costo, seguro y flete.	
	CPT	Carriage paid to	Flete/porte pagado hasta.	
	CIP	Carriage and insurance paid to	Flete/porte y seguro pagado hasta.	
"D"				
Llegada o destino	DAF	Delivered at frontier	Entregado en frontera.	
	DES	Delivered ex-ship	Entregado fuera del buque.	
	DEQ	Delivered ex-quay	Entregado fuera del muelle.	
	DDU	Delivered duty unpaid	Entregado con derechos sin pagar.	
	DDP	Delivered duty paid	Entregado con derechos pagados.	

INCOTERMS 2000

INCOTERMS 1990					
Grupo	Sigla	Punto de entrega	Transporte	Gastos posteriores	
"E"					
Salida	EXW	Cuando el exportador avisa que los bienes están disponibles en su establecimiento.	Cualesquiera.	Ninguno.	
"F"					
Transporte	FCA	Cuando los bienes han sido entregados al transportista.	Cualesquiera.	Ninguno.	
principal no pagado	FAS	Cuando los bienes se encuentran junto al barco.	Barco.	Ninguno.	
	FOB	Cuando los bienes entran al barco.	Barco.	Ninguno.	
"C"					
	CFR	Cuando los bienes entran al barco.	Barco.	Flete hasta el destino.	
Transporte	CIF	Cuando los bienes entran al barco.	Barco.	Flete y seguro hasta el destino.	
principal	CPT	Cuando los bienes han sido entregados al transportista.	Cualesquiera.	Flete hasta el destino.	
pagado	CIP	Cuando los bienes han sido entregados al transportista.	Cualesquiera.	Flete y seguro hasta el destino.	

INCOTERMS 2000

"D"	DAF	Cuando los bienes lleguen a la frontera señalada y los requisitos de exportación hayan sido cumplidos.	Cualesquiera.	Ninguno.
Llegada o destino	DES	Cuando el barco llevando los bienes llega al puerto de destino.	Barco.	Ninguno.
	DEQ	Cuando los bienes estén en el muelle en el puerto de destino y los requisitos de importación hayan sido cumplidos.	Barco.	Ninguno.
	DDU	Cuando los bienes estén a disposición del comprador en el lugar de destino señalado, sin pago de los derechos aduaneros.	Cualesquiera.	Ninguno.
	DDP	Cuando los bienes estén a disposición del comprador en el lugar de destino señalado, con pago de los derechos aduaneros por el vendedor.	Cualesquiera.	Ninguno.

INCOTERMS 2000

A fin de ayudar a los operadores del comercio internacional a entender los Incoterms (C), la Cámara de Comercio Internacional (ICC) ha creado un website especial para los términos comerciales internacionales.

En el nuevo web www.incoterms.org se informa cómo funciona cada uno de los 13 Incoterms (C) 2000 y se incluyen las respuestas a las preguntas más frecuentes.

El uso de los Incoterms © 2000 es recomendado por las Naciones Unidas.

Diagrama de los Incoterms

