

# Técnicas para Determinar Precios de Exportación

La decisión sobre la mejor política de determinación de precios depende de lo siguiente:

- El análisis global del mercado.
- La situación de los competidores en cuanto a los precios y la comercialización.
- El nivel de costos de la empresa.

Las empresas tienen tres tipos principales de políticas de determinación de precios, las cuales están orientadas por alguno de los siguientes factores.

- Costos y gastos (Factores endógenos).
- Mercado/demanda (factores exógenos).
- Competencia (factores exógenos).

## La Determinación de Precios 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. Dicho de otra manera, gastos y costos más margen de rentabilidad.

## La Determinación de Precios 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 en relación con lo que hacen sus competidores, obien con base en su propia estrategia comercial de exportación (ECE), en la que se define una estrategia competitiva, ya sea de diferenciación o de liderazgo en costos.

# Técnicas para Determinar Precios de Exportación

Para determinar los precios en el mercado de exportación se deberán tener en cuenta los costos, la demanda y/o la competencia.

Estos dos últimos aspectos están determinados por el mercado, y el primero por la empresa, lo dan origen a dos técnicas para la determinación de precios de exportación. Nos referimos al "Costing" y al "Pricing".

## **"Costing" (Determinación de Precio con Base en Costos)**

Esta técnica para la determinación de precios es quizá la más utilizada para elaborar las cotizaciones en el mercado doméstico, ya que "se basa en conocer los costos totales por producto, agregar una utilidad deseada y, con ello, se obtiene el precio de venta". Es decir, se parte de los costos para determinar el Precio.

También se utiliza en el comercio internacional. Cuando ello sucede, exportador se basa en el precio puesto en planta (que por supuesto incluye utilidad), al que se debe agregar los costos relacionados con la logística internacional. Así, el exportador contará con alternativas de precio, según el lugar donde se entregue la mercancía.

Este método tiene la desventaja de que el precio que el exportador determina puede ser demasiado bajo para 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" (Determinación de Precio con Base en el Mercado/Competencia).**

"Esta técnica consiste en determinar el precio de venta con base en 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, que se obtiene al restar los gastos correspondientes al precio

# Técnicas para Determinar Precios de Exportación

de referencia en el mercado. Es decir, al precio en el mercado se le descuentan todos los gastos relacionados con la logística de la exportación para obtener referencia del precio del producto puesto en planta de origen.

Si la disparidad entre los costos y el precio de venta (“puesto en planta”) es grande, el exportador tendrá cierto margen de libertad y maniobra en relación con los precios.

Ante esta situación, el exportador podrá decidir utilizar una estrategia de “liderazgo en costos” y, por ende, fijar un precio ligeramente inferior al promedio del mercado al que se dirige; o bien, una estrategia de “diferenciación”, con precios mayores al promedio del mercado. Si la estrategia es de liderazgo en costos, antes de definirla deberá preguntarse lo siguiente:

- ¿Cómo van a reaccionar los competidores?
- ¿Un precio bajo puede hacer pensar al consumidor que la calidad es inferior?
- ¿Si se mantiene el precio en el nivel actual, se facilitará el desarrollo de la empresa en otros mercados de exportación?
- ¿Se han tomado en consideración todos los costos pertinentes?
- ¿Puede resultar difícil aumentar el precio en el futuro?

Si, por otro lado, la disparidad entre costos y precio de mercado es muy pequeña o incluso negativa, el exportador también puede elegir entre las estrategias competitivas ya mencionadas, para lo cual deberán preguntarse:

- ¿Soportará el mercado un precio ligeramente más alto?
- ¿Se pueden negociar los márgenes de intermediación en el país importador?
- ¿Hay algún modo de reducir el impacto de los impuestos de importación?
- ¿Qué otras posibilidades de transporte existen? ¿Es posible reducir costos de embalaje?
- ¿En qué proporción puede recortarse los costos de producción?
- ¿El tipo de costeo utilizado es el más adecuado?

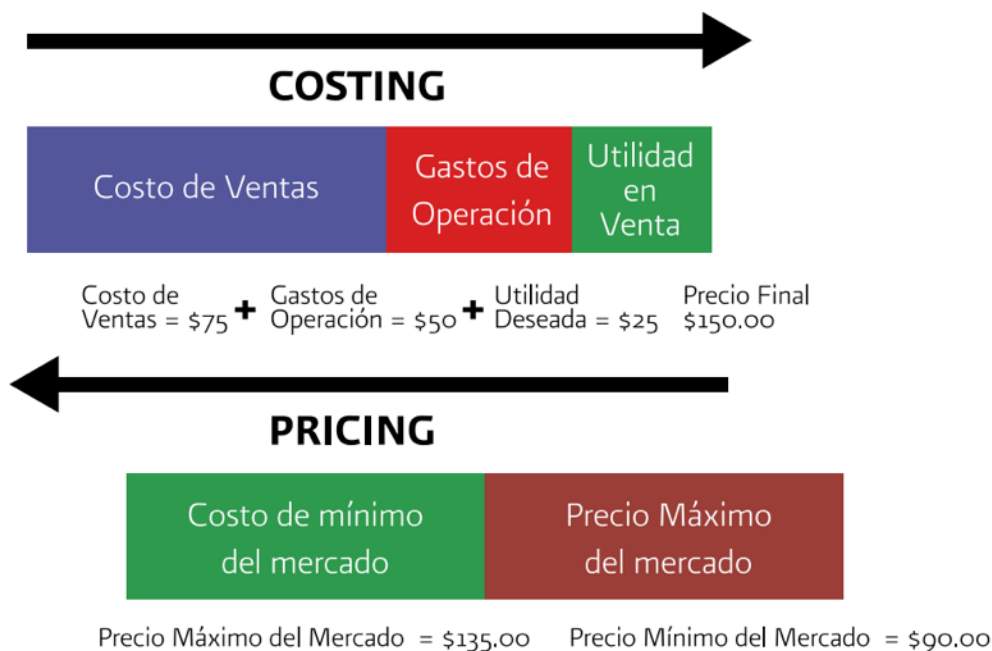
# Técnicas para Determinar Precios de Exportación

- ¿Las características del producto son susceptibles de diferenciar?
- ¿El consumidor está dispuesto a pagar más por la diferencia del producto?

Por supuesto que en este segundo caso cabrá la posibilidad de descartar ese mercado de exportación y examinar la posibilidad de vender en otros.

La técnica de "Pricing" puede aplicarse a cualquier nivel de precios. Al final, lo que se busca es conocer el precio del producto "puesto en planta", tomando como referencia el precio del mercado.

Cabe mencionar que el conocimiento del mercado es un factor fundamental no sólo para una adecuada determinación del precio de exportación, sino también para el logro del cumplimiento de las estrategias comerciales de la empresa no sólo en el corto sino también en el mediano y largo plazo.



Fuente: secretaria de Economía. (www.gob.mx, 2012)

# Técnicas para Determinar Precios de Exportación

Como leímos la secretaria de economía nos proporciona herramientas valiosas a considerar cuando queremos realizar negocios internacionales porque el escenario es completamente diferente al mercado local, es recomendable seguir investigando sobre el precio que se debe poner al producto o servicio en ámbito internacional.

## Referencias:

Aduanero, R. (2022). *Reino Aduanero*. Recuperado de Reino Aduanero: <https://reinoaduanero.mx/regimenes-aduaneros/>

BANCOMEXT. (2021). *dof.gob.mx*. Diario Oficial de la Federación. Recuperado de [http://www.dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5628208&fecha=31/08/2021](http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5628208&fecha=31/08/2021)

Comercio, O. M. (2021). *wto.org*. Organización Mundial del Comercio. Recuperado de [https://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/cusval\\_s/cusval\\_info\\_s.htm#2](https://www.wto.org/spanish/tratop_s/cusval_s/cusval_info_s.htm#2)

Economía. (2021). *snice.gob.mx*. Recuperado de <https://www.snice.gob.mx/cs/avi/snice/conocelasraynasm.html>

Johnson, L. (2012). *Administración de compras y abastecimiento*. México: Mc Grall Hill.

Onecore. (2022). *Onecore*. blog.onecore.mx. Recuperado de <https://blog.onecore.mx/como-evitar-multas-de-comercio-exterior>

Seretaria, E. (2012). *www.gob.mx*. Mover Mexico. Recuperado de <https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/54288/ContratosDeCompraventalInternacional.pdf>

www.gob.mx. (2012). Mover México. Recuperado de <https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/54289/ComoDeterminarElPrecioDeExportacion.pdf>