



Cómo Fijar Precios de Exportación



Introducción

Una de las preguntas más frecuentes que el empresario exportador se formula es: ¿Cuál es el precio de mi producto de exportación en el lugar que requiere mi comprador internacional?





Introducción

- **Para fijar costos y precios debemos considerar método que analice todas las variables posibles**
- **Para definición de precios, elemento subjetivo puede ser útil**



Introducción

- **Debe distinguirse entre decisiones de política de precios, fijación de precios y cotización (costeo). Todas están relacionadas, pero con fines y funciones diferentes**
- **Existe influencia de factores controlables y no controlables**
- **Juicio no cuantitativo y experiencia son importantes**



COSTOS Y GASTOS



COSTO

- 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



COSTOS Y GASTOS

COSTO

Valor sacrificado para adquirir bienes y lograr beneficios presentes o futuros

- Adquirir materia prima es costo que busca beneficios luego de transformación y venta





COSTOS Y GASTOS

GASTO

- Costos que han producido beneficio, pero que han expirado
- Salarios de oficina son gastos aplicables durante el período de producción





COSTOS Y GASTOS

Costos no expirados, ni procesados y que otorgan beneficios futuros, se denominan activos



Ejemplo: Maquinaria



Etapas del procedimiento para fijar precios de exportación

- **Etapa 1.- Análisis de costos**
- **Etapa 2.- Análisis de mercado**
- **Etapa 3.- Determinación de límites del precio**
- **Etapa 4.- Determinación de objetivos y estrategias de fijación de precios**
- **Etapa 5.- Estructura de precios**
- **Etapa 6.- Cotización de precios y condiciones de venta**





Análisis de costos

- **Costo del producto**
- **Costo de distribución y ventas**
- **Costo de ayuda a la comercialización**



Costo del producto

Costos Primarios

a) Mano de Obra Directa

La que se emplea realmente en producción: Transformación o montaje del producto

b) Materiales Directos

Los que se incorporan al producto: materias primas y partes del producto





Costo del producto

- **Costos Primarios**

- **Gastos directos**

Cualquier otro gasto conectado al producto o trabajo concreto

Ejemplo, construcción de una matriz

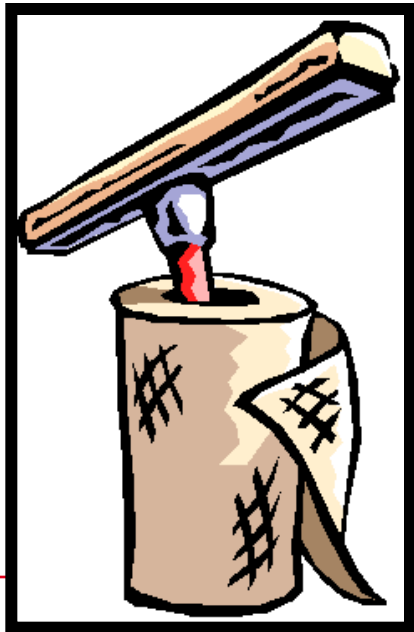


Costo del Producto

Gastos Generales de Fabricación

a) Mano de obra indirecta

Salarios de capataces,
encargados de limpieza y
conservación, inspectores,
resto de personal





Costo del Producto

Gastos Generales de Fabricación

b) Materiales indirectos

**Ayudan a la elaboración, pero no forman parte del producto:
lubricantes, repuestos, grasas**



Costo del Producto

Gastos Generales de Fabricación

c) Costos indirectos de fabricación

Depreciaciones, aportaciones diversas, seguros, energía eléctrica, agua, entre otros





Costo del Producto

Gastos Generales y de administración

Intereses por capital, luz, alquileres, energía eléctrica, salarios administrativos, entre otros



Costos directos de exportación

- **Embalaje**
- **Marcado**
- **Unitarización**
- **Documentación**
- **Manipuleo**
- **Almacenaje**
- **Transporte**
- **Seguros**
- **Aduana**
- **Bancarios**
- **Agentes**





Costo indirecto de exportación

- ✓ **Administrativos (sueldos y salarios)**
- ✓ **Inventario (capital inmovilizado)**





Empaque

- **Costo del empaque que se utilizará de acuerdo con el producto, con las exigencias del mercado de destino, y el modo de transporte diferenciándolo del embalaje y del envase.**

Incluye:

**Mano de obra manual y/o mecánica,
materiales, accesorios y marcado**



Unitarización

- **Es la agrupación de productos en sus respectivos sistemas de empaque y/o embalaje, sobre un paleta (estiba) debidamente asegurado con esquineros, zunchos (flejes), grapas, mallas o películas envolventes de tal manera que se puedan manipular, almacenar y transportar como una sola "unidad de carga", de forma segura**



Unitarización

- **Los principales elementos empleados para la unitarización son:**
 - **Cajas de madera**
 - **Paletas o parihuelas y su estiba (esquineros, grapas, mallas o películas, rótulos)**
 - **contenedores**
 - **"Big Bags"**





Contenedorización

- **Llenado del contenedor**
- **Alquiler del contenedor**
- **Material para fijar el producto (trincado)**



Manipuleo en local exportador

- **Después de envasada, empacada y/o embalada la mercancía, el proceso de exportación continúa con una operación de manejo, bien sea a centros de distribución o a un medio de transporte**



Manipuleo en local exportador

- **La manipulación de las cargas está reglamentada en la mayoría de los países**
- **Forma parte de convenios - Organización Mundial del Trabajo OIT**
- **Una persona no debe manipular directamente cargas con peso superior a 25 kilos o 35 kilos sin el apoyo de equipos diseñados para tal fin**



Documentación

- **Costo de los documentos necesarios para realizar el embarque de expo**





Documentación

- **Factura comercial**
- **Packing list**
- **Certificado de origen**
- **Documentos de transporte**
- **Certificado fitosanitario**
- **Certificado zoosanitario**
- **Certificado de calidad**
- **Otros, pueden ser exigidos por los clientes, o autoridades en el exterior del país importador**



Transporte Interno

- **Movimiento físico de las mercancías desde las instalaciones del exportador, o desde un almacén en particular, hasta su entrega al transporte principal en el punto de entrega convenido**



Almacenaje

- **El almacenaje es el acopio ordenado de la carga en un sitio adecuado, bajo los parámetros técnicos que exige la mercancía, donde debe permanecer en condiciones apropiadas de seguridad para su posterior embarque**



Manipuleo pre-embarque

- **Descarga del vehículo en el lugar de pre-embarque: mano de obra y equipo**
- **Costos que se produzcan en el lugar de pre-embarque (puertos, aeropuertos, terminales terrestres, utilización de instalaciones, manejo de carga, vigilancia, etc.)**





Manipuleo en puerto

- **Uso de instalaciones portuarias (derecho de embarque)**
- **Carga y descarga de vehículos**
- **Manejos adicionales dentro del terminal: Tracción, movilización para aforos, manipuleo, Vo. Bos., control de precintos, gastos administrativos, Gate out**
- **Almacenamiento**



Manipuleo en el transporte aéreo

- **Por lo general el manejo y cargue al avión están incluidos en el flete aéreo**
- **Descarga de vehículos, traslados a zonas de aforo, manipuleo para inspecciones, empaques y reempaques**



Comisiones bancarias- Cobranzas de exportación

- **Cobranza documentaria**
- **Cobranza con amortización**
- **Gastos de courier**
- **Trámites diversos**



Comisiones bancarias- Cartas de crédito

- **Confirmación**
- **Pago**
- **Aceptación**
- **Transferencia de c/c**
- **Télex, swift, teléfono**



Otros costos

- **Comisiones de agente de aduana**
- **Gastos varios: Handling, gastos administrativos, gastos operativos**



El precio

Precios



Bienes o servicios

Factores

Tiempo

Escasos

Desarrollo Tecnológico

Lugar

Localización Productor y consumidor

Contexto

Específico

Circunstanciales (Catástrofes)

Status, Gustos y Moda



El precio

La Fijación de Precios adquiere trascendencia especial:

- **Cuando un producto nuevo ingresa al mercado**
- **Cuando se modifica la política de precios de una empresa**
- **Cuando la competencia modifica su política de precios**
- **Cuando se amplía la línea de productos**



El precio



Factores condicionantes:

- **Etapa del ciclo de vida del producto**
- **Comportamiento de los consumidores**
- **Estrategias competitivas propias y de oponentes naturales de la empresa**
- **Política de segmentación de los mercados**
- **Política de diferenciación de productos**



- **¿Qué es una política de fijación de precios de exportación?**
- **¿Qué es una estrategia de fijación de precios de exportación?**
- **¿Qué estrategia utilizaremos para la fijación de precios de exportación?**



Políticas de precios más utilizadas

1.- Política de maximizar ganancias

2.- Política sobre la participación en el mercado

3.- Política de sobrevivencia

4.- Políticas sobre el porcentaje del rendimiento de la inversión

5.- Políticas competitivas, como seguir el precio de los Competidores, seguir los precios de un competidor en particular o fijar un precio que desanime la entrada de los competidores al mercado



Estrategias de precios

1. El precio mundial estándar

1. El mismo precio sin importar el comprador

2. La doble fijación del precio

2. Que diferencia los precios de exportación y nacionales

2.1. Método del costo plus o costo real

2.2 Método del costo marginal: costos variables

La fijación del precio para el mercado diferenciado

3. Necesidad de información
Optimizar y armonizar los
Sistemas de información

3.1. Medir los impactos de las
decisiones



Determinación de los límites del precio

- Igual que la competencia
- Mayor que la competencia
- Menor que la competencia
- Lo que el mercado está dispuesto a pagar
- Precios sólo con costos variables





Procedimiento para fijación de precios

- **Permanente investigación y análisis**
- **Evaluación de costos para identificarlos y conocer cuáles deben ser cubiertos por las ventas**
- **Estudio de mercado permitirá conocer volumen de ventas estimado, así como límites superiores e inferiores de precios**
- **Cotizaciones, dependerán del fin que se quiera alcanzar**



Procedimiento para fijación de precios

- Deberá tenerse presente que política de precios, fijación y cotizaciones dependen de dos grandes factores:
internos/controlables y externos
- Es necesario el control y actualización permanente



Estrategia de precios

Producto	Precio	Canales de Distribución	Promoción
¿Adaptación?	¿ Costo Total?	Importador	¿Grupo objetivo?
¿Modificación?	¿ Costo Marginal?	Mayorista	¿ Neg.información?
¿Desarrollo?	¿ punto de equilibrio?	Mayorista	¿ Neg. Profesional
¿Diversificación?	Precio vs. Competencia.	¿ ?	¿ Neg. Servicios al producto?



Elementos importantes

Producto	Precio	Distribución	Promoción
<ul style="list-style-type: none">• Composición, Ingredientes.• Beneficios.• Función.• Presentación.• Embalaje.• Comunicación.	<ul style="list-style-type: none">• Estructura del precio.• Márgenes de descuento, rebajas, etc.	<ul style="list-style-type: none">• Selección del intermediario.• Condiciones de venta.• Funciones de distribución.• Soporte de ventas.	<ul style="list-style-type: none">• Desarrollo del mensaje.• Selección del medio.• Actividades de promoción de ventas.• Actividades de apoyo al producto.



Canales de Distribución





Procedimientos de fijación de los Precios

- Etapa N° 1:** Análisis de los Costos
- Etapa N° 2:** Análisis del Mercado
- Etapa N° 3:** Determinación de los límites del Precio
- Etapa N° 4:** Determinación de Objetivos para la Fijación de los Precios
- Etapa N° 5:** Estructura de los Precios
- Etapa N° 6:** Cotización y Condiciones de venta



Análisis del mercado

1. Nivel de Protección del mercado

Instrumentos de política comercial internacional

Aranceles

- Ad-Valorem / Específicos / Compuestos

Medidas Para-Arancelarias

- Sobretasas / valoración / depósitos previos /
Derechos mínimos

Medidas No Arancelarias

- Prohibiciones / Restricciones / Cuotas /
Certificaciones



Análisis del mercado

2. Oferta y Demanda

- Precios
- Utilidades
- Gustos del mercado
- Tendencias o expectativas
- Puntos de venta

3. Competencia

- Productos similares y/o sustitutos
- Precios
- Nivel de satisfacción de necesidades



Procedimientos de Fijación de los Precios

Etapa N° 1: Análisis de los Costos

Etapa N° 2: Análisis del Mercado

Etapa N° 3: Determinación de los límites del Precio

Etapa N° 4: Determinación de Objetivos para la Fijación de los Precios

Etapa N° 5: Estructura de los Precios

Etapa N° 6: Cotización y Condiciones de venta



Determinación del límite de precio

Límite Inferior de precio = Costo del producto

Límite Superior de precio = Precio del mercado



Límite Inferior

Límite Superior





Procedimientos de Fijación de los Precios

Etapa N° 1: Análisis de los Costos

Etapa N° 2: Análisis del Mercado

Etapa N° 3: Determinación de los límites del Precio

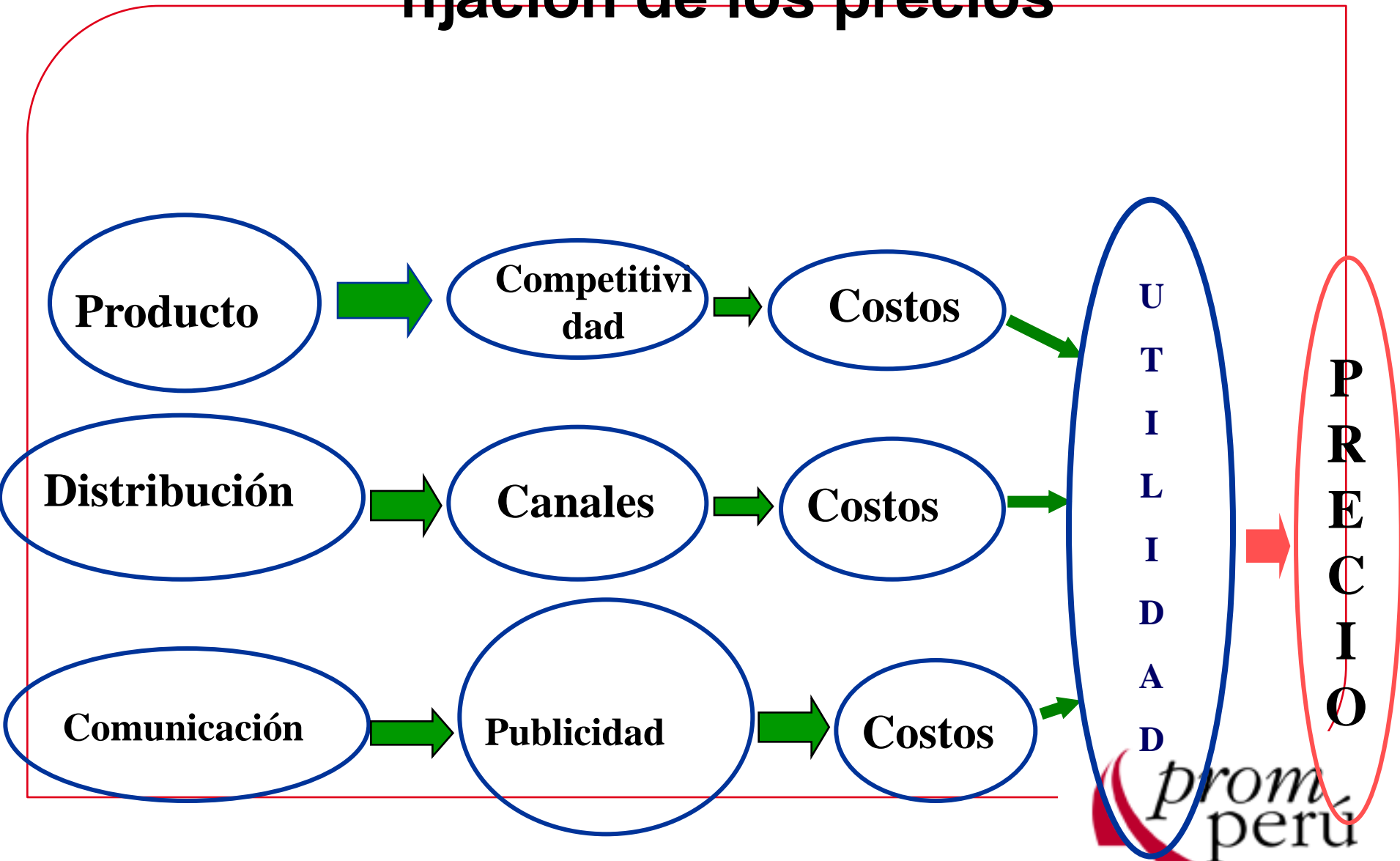
Etapa N° 4: Determinación de Objetivos para la Fijación de los precios

Etapa N° 5: Estructura de los Precios

Etapa N° 6: Cotización y Condiciones de venta



Determinación de los objetivos para la fijación de los precios





Estrategias de precios

I. Estrategias de introducción en el mercado

1.1. Basados en el descremado del mercado

1.2. Según la proyección de penetración al mercado



Precios determinados según el descremado del mercado

- **Precio inicial relativamente alto**
- **Debe generar buenos márgenes de beneficio**
- **Recomendado para productos especiales**
- **Busca recuperar los costos de investigación y desarrollo**
- **Connota calidad**
- **Limita la demanda a niveles de producción**
- **Le da flexibilidad al precio**
- **Invita a la competencia**



Precios basados en la proyección de penetración del mercado

- **Precio inicial relativamente bajo**
- **Margen de beneficio bajo**
- **Ideal para productos de consumo masivo**
- **Fin ingresar inmediatamente en mercado masivo**
- **Generar un importante volumen de ventas**
- **Busca desalentar a la competencia**
- **Economías de escala**



II. Descuentos y bonificaciones

- 2.1. Descuentos por volumen**
 - 2.1.1. No Acumulativos**
 - 2.1.2. Acumulativos**
- 2.2. Descuentos comerciales**
- 2.3. Descuentos por pronto pago**
- 2.4. Otras formas de descuentos y bonificaciones**
 - 2.4.1. Descuento promocional**
 - 2.4.2. Descuento estacional**
 - 2.4.3. Bonificaciones especiales**



III. Precios según ubicación geográfica

- 3.1. Basados en ubicación del punto de producción**
- 3.2. Según entrega sea uniforme**
- 3.3. Según zona de entrega**
- 3.4. Según absorción del flete**



Método del Retroceso

Exportador



Importador

Mayorista

Minorista

“Precio Final”

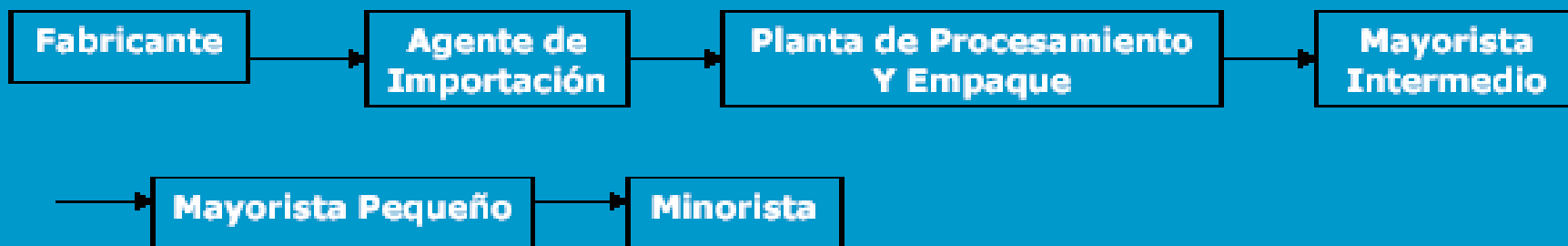
Proceso
“de abajo
hacia arriba”

¡Los precios de competencia ¡deben ser analizados para añadir valor y evitar salirnos del mercado!

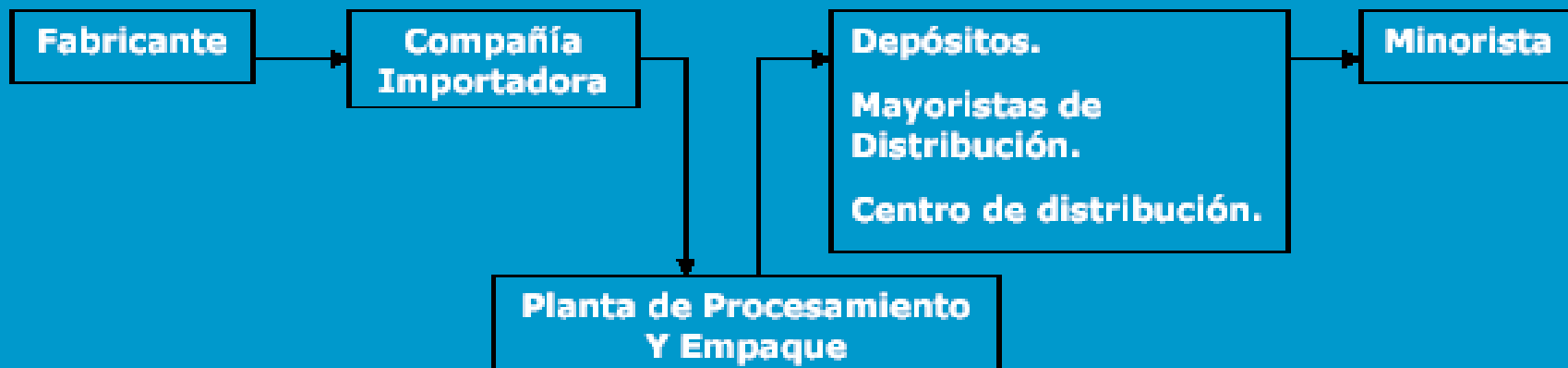


Ajustes de distribución de Canales para reducir el escalamiento de Precios

- Ruta Convencional



- Ruta Reestructurada





Oferta o Cotización

- **Por lo general nace del vendedor/exportador**
- **Es una propuesta en concreto que concluirá con la firma de un contrato**
- **Debe estar dirigida a una o más personas determinadas y debe ser suficientemente precisa**



Oferta o Cotización

- **Debe señalar la mercadería materia del contrato, cantidad y el precio**
- **La oferta o cotización es vinculante para el que las expide desde el momento en que la oferta es seria y queda aceptada por la otra parte**



Oferta o Cotización

La extinción de la oferta se produce una vez concluido el plazo fijado en la misma o cuando la otra parte comunica su rechazo al ofertante



Oferta o Cotización

La respuesta a una oferta que contenga adiciones, limitaciones y otras modificaciones se considerará como una contra oferta



Oferta o Cotización

Una oferta se modifica cuando hay cambio en precio, pago, calidad y cantidad de mercaderías, lugar y fecha de entrega, grado de responsabilidad de una parte y métodos de solución de controversias



Elementos de la Cotización

Los elementos más importantes son los siguientes:

- ➔ Nombre a Razón Social de la empresa y el Logotipo. (Inscrito en los Registros Públicos).
- ➔ Dirección del Exportador (Pág. web., correo electrónico, apartado postal, teléfono, fax, etc.).
- ➔ Nombre o Razón social del cliente (si es posible a la persona que va dirigido).
- ➔ Dirección del cliente.
- ➔ Referencia.
- ➔ Fecha de emisión.
- ➔ Descripción del Producto (Nombre Comercial, Nombre Técnico).



Elementos de la Cotización

- ➔ Especificaciones Técnicas del producto
- ➔ Partida Arancelaria.
- ➔ Unidad de medida.
- ➔ Cantidad mínima.
- ➔ Precio Unitario.
- ➔ Precio Total.
- ➔ Flete (Dependerá del INCOTERM 2000).
- ➔ Flete (Dependerá del INCOTERM 2000).
- ➔ Seguro (Dependerá del INCOTERM 2000).
- ➔ Moneda de Cotización (si es en dólares, de que país).
- ➔ Términos de entrega (FOB, CIF, etc., haciendo alusión al puerto de embarque o de destino).



Orden de compra o Aceptación

- **Es la manifestación de voluntad del comprador**
- **Debe ser categórica y sin reservas.**
- **No debe indicar modificaciones ni variaciones de la oferta**



Orden de compra o Aceptación

- Podrá ser manifestada en forma expresa (escrita o verbal) o tácita
- Una vez que la aceptación es recibida por vendedor/exportador, se perfecciona el contrato de Compra - Venta Internacional



Muchas Gracias por su Atención

