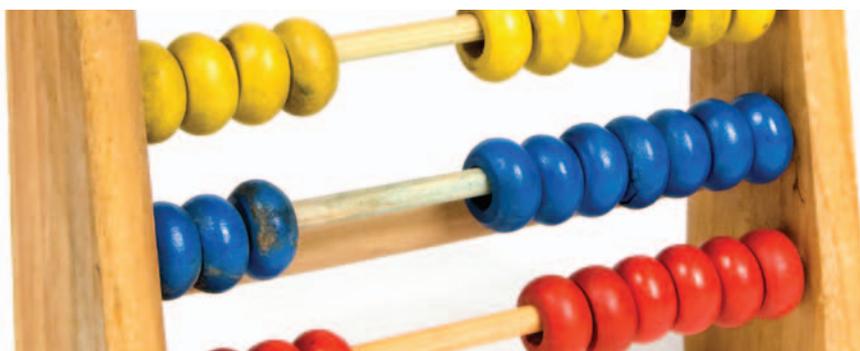


La determinación de los precios de exportación



El precio de exportación es un aspecto esencial en toda negociación comercial internacional y puede condicionar el acceso exitoso a un nuevo mercado exterior. Para la determinación de dicho precio, es necesario contar con información sobre el mercado de destino y tener en cuenta las características diferenciales del producto, así como las condiciones de entrega al cliente. Si bien la elección del método de fijación de precios vendrá condicionada por la estrategia empresarial, a continuación se dan algunas claves para el cálculo de los precios de exportación.

Ana Domínguez Viana

LA IMPORTANCIA DE LOS PRECIOS DE EXPORTACIÓN

Los precios de exportación fijados por la empresa no sólo incidirán en el nivel de ingresos que ésta obtenga de su ventas exteriores, sino que se constituyen en uno de los pilares de su estrategia de marketing internacional. Éstos condicionan en buena medida los resultados del proceso de penetración en nuevos mercados y, si se quiere, del propio proceso de internacionalización empresarial.

El nivel de precios va a venir además determinado por el posicionamiento del producto y/o servicio de la empresa, así como por la imagen de éste en el mercado de destino.

En la negociación comercial, aun cuando en general se aconseja emplear argumentos de venta diferentes del precio, éste es un elemento esencial en dicha negociación y se integra, junto con los términos de entrega de la mercancía o las condiciones de pago, entre otros, dentro del conjunto de aspectos objeto de dicha

negociación. El precio final ofrecido al cliente será además el resultado, como en toda negociación, de otros elementos condicionantes que determinan el poder negociador de las partes. Entre dichos elementos, figuran el volumen de mercancía objeto de la compraventa, la posibilidad de desarrollar una relación comercial a más largo plazo o la cuota de mercado que posee el cliente en el país de destino.

Es ciertamente relevante diseñar una adecuada política de fijación de precios. La empresa ha de ser consciente de lo importante que es calcular correctamente el precio de exportación, ya que ello, además de determinar la modalidad de comercialización de sus productos y/o servicios en el mercado exterior, puede comprometer la competitividad de los mismos en tal mercado. La fijación del precio de exportación puede resultar más o menos compleja y es que la existencia de ciertos elementos ajenos al control de la empresa, como las fluctuaciones de tipo de cambio o de costes



del transporte, dificultan la tarea. No obstante, es conveniente tener presente algunas consideraciones que se perfilan a continuación.

ASPECTOS QUE CONSIDERAR EN LA FIJACIÓN DE LOS PRECIOS DE EXPORTACIÓN

A la hora de determinar los precios de exportación, es importante contar con información sobre el mercado de destino tanto de la oferta (nivel de competencia) como de la demanda. La empresa habrá de conocer las características del mercado y de los nichos específicos de su interés, así como el perfil del tipo de consumidor objetivo. Es por tanto oportuno realizar un análisis del mercado identificando las cadenas de distribución existentes, las pautas de consumo y diferenciar los segmentos o bandas de precio para elegir el posicionamiento de sus productos de acuerdo con la política comercial de la empresa, estableciendo el precio final dentro de banda de precios deseada.

Para abordar con éxito un mercado exterior, es importante diseñar una adecuada política de fijación de precios

El precio será diferente para cada mercado-país, ajustándose a las características que presenten cada uno de ellos, sin perjuicio de que el precio de exportación también pueda diferir en función del cliente y del número de intermediarios que configuran la cadena de distribución empleada.

Junto con las características del mercado de destino, como es lógico, las condiciones pactadas de entrega de la mercancía exportada también serán determinantes del precio. En la práctica comercial internacional se recurre a los *Incoterms 2000* como términos comerciales estandarizados indicativos del lugar de entrega, de las obligaciones y responsabilidades de exportador e importador, la transferencia de riesgos y los costes. En función de las condiciones de entrega, el exportador tendrá que soportar distintos costes y, con ello, repercutirá precios diferentes (cadena de precios). No obstante, aunque en los casos en que el *Incoterm* elegido

suponga que los gastos de transporte internacional, de seguro de transporte y aduaneros corran por cuenta del importador, el exportador ha de tener una cotización de éstos con la finalidad de determinar el precio final de su mercancía en destino.

En conjunto, el precio vendrá determinado tanto por elementos controlables por la empresa como por otros que se escapan de su control (barreras gubernamentales, respuesta de competidores, demanda, etc.). Independientemente de los costes de producción, se suele indicar como precio máximo posible aquel «que aguante el cliente en cada mercado». Las características de ese mercado, el nivel de competencia existente, la intensidad innovadora del producto y su nivel de exclusividad o diferenciación del resto de oferta existente condicionarán la elección de una estrategia de precios altos o bajos. No hay que olvidar que la empresa ha de buscar el mantenimiento de la competitividad de sus productos a largo plazo y que una ventaja competitiva basada solamente en precios reducidos no es generalmente una estrategia sostenible. En última instancia, la elección del método de fijación de precios vendrá condicionada por la estrategia empresarial.



PRECIOS DE EXPORTACIÓN FRENTE A PRECIOS DOMÉSTICOS

Tanto los precios fijados para el mercado doméstico como para el de exportación han de estar en consonancia con los objetivos y estrategia global de la empresa. A pesar de que los precios de exportación en condiciones EXW (en fábrica) podrían calcularse de forma directa, recurriendo al precio aplicado en las ventas domésticas, lo cierto es que normalmente, para exportar las mercancías, hay que llevar a cabo una serie de adaptaciones, como aquellas relacionadas con el

COSTES SOPORTADOS POR EL EXPORTADOR SEGÚN EL INCOTERM PACTADO

INCOTERM 2000	EXW	FCA	FAS	FOB	CFR	CPT	CIF	CIP	DAF	DES	DEQ	DDU	DDP
	En fábrica	Franco transportista	Franco al costado del buque	Franco a bordo	Coste y flete	Tte. pagado hasta...	Coste, seguro y flete	Tte. y seguro pagados	Entregado en frontera	Entregado sobre buque	Entregado sobre muelle	Entregado derechos no pagados	Entregado derechos pagados
Gastos por cuenta del exportador	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Gastos de embalaje y comprobación/control	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Gastos de recogida en almacén		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Gastos de transporte en país de origen		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Gastos aduaneros exportación		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Gastos de terminal en origen				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Gastos de transporte internacional					■	■	■	■	■	■	■	■	■
Prima de seguro de transporte						■	■	■	■	■	■	■	■
Gastos de terminal en destino											■	■	■
Gastos aduaneros importación													■
Gastos de transporte en país de destino												■	■
Gastos de entrega al cliente												■	■

Fuente: ICEX y Cámaras de comercio.

★ Negociable entre exportador y cliente extranjero

embalaje. El precio de exportación ha de tener en cuenta las circunstancias del mercado de destino; el punto de partida para su cálculo no necesariamente ha de ser el precio del mercado nacional.

Con todo, el precio de exportación no tiene por qué ser siempre superior al del mercado nacional: en el caso de que la empresa disponga de capacidad productiva ociosa, puede optar por establecer precios menores en los nuevos mercados exteriores.

CÁLCULO DE CADENA DE PRECIOS DE EXPORTACIÓN O «ESCANDALLO»

Para obtener la cadena de precios de exportación hay que tener presente que no existe una fórmula o instrumento de cálculo exacto. Sí existen, y a continuación se indican, algunas orientaciones para su cálculo:

El exportador podrá tratar de identificar el precio al que tendría que vender su producto en el mercado exterior en cuestión, siguiendo un procedimiento de cálculo «de origen a destino». A partir de los costes de fabricación y del margen de contribución que desea obtener, llegará a un precio de venta que se adecue al posicionamiento deseado para el producto en el mercado de destino, tomando en consideración los precios de los productos competidores. En principio, dicho margen de contribución no debería ser muy diferente al establecido por la empresa en su mercado doméstico o en otros mercados exteriores, aunque sí habrá de recoger la tasa de riesgo y el posicionamiento en el nuevo mercado.

En este proceso de cálculo se van incorporando los distintos costes y márgenes aplicados por los intermediarios comerciales de la cadena de distribución, que podrán variar en función del sector y mercado de destino, siguiendo el esquema del cuadro «Esquema de cálculo de la cadena de precios de exportación». Así se obtiene la cadena de precios para las distintas condi-

ciones de entrega de la mercancía al comprador para un mismo margen de contribución, llegando hasta el precio de venta que soporta el margen de contribución deseado por el exportador, precio que habrá de ser comparado con el observado en el mercado.

Esta tarea de observación resultará obviamente más sencilla para bienes de consumo que para bienes industriales. Para obtener un precio de referencia de éstos últimos, podrán analizarse variables como el nivel de producción del país de destino, la procedencia de sus importaciones, el precio final de los productos manufacturados y el poder adquisitivo de los clientes.

Los precios de exportación han de estar en consonancia con la estrategia global de la empresa

Si el precio de venta obtenido superase el del mercado de destino, tendrá el exportador que valorar las posibilidades de un cambio de posicionamiento, así como podrá valerse de la realización del cálculo en el sentido contrario: «de destino a origen». En este caso, el exportador tratará de averiguar si es rentable el margen de contribución que obtendría con el precio de venta observado en el mercado teniendo en cuenta los costes de la cadena de distribución y su coste variable. Para este cálculo se puede seguir el esquema del cuadro «Esquema de cálculo de la cadena de precios de exportación».

El margen de contribución obtenido en la modalidad de cálculo «de destino a origen» puede ser inferior al deseado por el exportador, situación en la que habrá de considerar la posibilidad de reducir los costes de intermediación (suprimiendo, por ejemplo, algún eslabón de la cadena de distribución) y, si esta medida fuese insuficiente, habrá de evaluar la conveniencia de trabajar con un margen de contribución menor que el deseado u optar por un cambio de estrategia de entrada en el mercado ::

ESQUEMA DE CÁLCULO DE LA CADENA DE PRECIOS DE EXPORTACIÓN

¿A qué precio debe vender el exportador para conseguir el margen de contribución que desea?

+ Coste materias primas y otros materiales	
+ Coste mano de obra directa	
+ Otros costes directos de fabricación	
Coste Variable Bruto (CVB)	(no incluye gastos gnrles, ni indirectos)
- Impuestos / tasas, devueltos	
Coste Variable Neto (CVN)	
+ Margen de Contribución (Mc)	(para cobertura gastos gnrles. y obtención ganancia)
= % s/ Valor EXW	⇒ Valor EXW ¿?
	⇕
	Fórmula aprox. inicial de Mc: (% Mc ₁ * CVB * 2,5)
+ Coste seguro de crédito	
+ Coste seguro de cambio	
+ Gastos financieros por aplazam. cobro	
+ Coste comisión agente	
+ Coste adaptación producto a mercado exportación (incl. embalaje)	
+ Coste prep. documentos exportación	
	⇕
	Valor EXW*
	Ha de recalcularse Mc, para obtener Precio EXW definitivo
Precio EXW (en fábrica)	

Según INCOTERM pactado, añadir resto de costes, p. ej.:

+ Costes de manipulación	
+ Coste transporte país origen	
+ Gastos aduaneros exportación	
Precio FAS (Franco al costado del buque)	
+ Costes puerto en origen	
Precio FOB (Franco a bordo)	
+ Coste transporte internacional	
+ Coste seguro de transporte	
Precio CIF (Coste, seguro y flete)	
+ Costes puerto de destino	
+ Gastos aduaneros importación	
+ Coste transporte en país destino	
+ Gastos de entrega al cliente	
Precio DDP (Entregado derechos pagados)	Precio venta a importador

Añadir márgenes de intermediarios (aplicando % de recargo)

+ Margen mayorista (recargo)	{ % de recargo = margen / [1 - (margen/100)] (margen: dato a investigar o estimar) (si existe más de un intermediario, recargo se multiplica respecto a márgenes precedentes)
Precio venta al minorista	
+ Margen minorista/detallista (recargo)	
Precio al que exportador desea vender para obtener Margen de Contribución pretendido	En general, precio del exportador no superará al de competidores en mercado destino (excepto caso productos diferenciados)

Ajustes de competencia (si proceden)

Margen de maniobra Resultante de comparativa entre precio deseado por exportador y precio mercado de destino

PRECIO VENTA PÚBLICO EN DESTINO

Para cierto precio de venta en destino, ¿qué margen de contribución puede quedarle al exportador?, con nivel de costes variables que posee

PRECIO VENTA EN DESTINO

(media estimada de productos competidores y sustitutivos)

+ Ajustes de competencia	
+ Margen de maniobra	
- Margen minorista / detallista (margen)	
- Margen mayorista (margen)	
Precio DDP (Entregado derechos pagados)	Precio venta a importador
- Costes puerto de destino	
- Gastos aduaneros importación	
- Coste transporte en país destino	
- Gastos de entrega al cliente	
Precio CIF (Coste, seguro y flete)	
- Coste transporte internacional	
- Coste seguro de transporte	
Precio FOB (Franco a bordo)	
- Costes puerto en origen	
Precio FAS (Franco al costado del buque)	
- Costes de manipulación	
- Coste transporte país origen	
- Gastos aduaneros exportación	
Precio EXW (en fábrica)	
- Coste seguro de crédito	
- Coste seguro de cambio	
- Gastos financieros por aplazam. cobro	
- Coste comisión agente	
- Coste adaptación producto a mercado exportación (incl. embalaje)	
- Coste prep. documentos exportación	
Coste Variable Neto + Margen Contribución	
- Coste materias primas y otros materiales	
- Coste mano de obra directa	
- Otros costes directos de fabricación	
+ Impuestos / tasas, devueltos	
Margen de Contribución	⇒ % Margen de Contribución