



El precio de exportación

El precio

definición ad-hoc

Es la cantidad de esfuerzo que el consumidor está dispuesto a pagar por un satisfactor de necesidades en un determinado tiempo y lugar

estrategia

El precio es una **variable estratégica**: del nivel de precio escogido dependerá el posicionamiento, la imagen del producto y la importancia de los clientes potenciales.

El precio no se olvida!!

Comenta el autor del blog (Remo): Realizando unas compras en una tienda de productos exclusivos, me encontré con el cartel que acompaña al post (perdonad la calidad pero fue foto de móvil). Este cartel es sumamente indicativo de una verdad como un templo y sirve para transmitir diferenciación sobre el resto basado en el precio. Conozco al dueño de la tienda y le he preguntado cuando ha colocado el cartel y porqué lo ha hecho. Su respuesta ha sido sencilla:

**“Para recordarle a mis clientes que están
comprando los mejores productos”**



Característica del precio muy IMPORTANTE

Las decisiones sobre precios son generalmente
IRREVERSIBLES

¿a quiénes afectan los cambios de precios?

consumidores - competidores - proveedores - Estado - sindicatos -
ejecutivos

Diferencia entre costo y precio de exportación

costo de exportación

Es la determinación exacta de todos los factores que influyen o repercuten tanto sea en forma directa o indirecta en la producción de un producto, ya sea para el mercado interno o externo

precio de exportación

Si bien parte del costo de exportación, está relacionado con la **estrategia de marketing internacional** que se lleve a cabo y los objetivos que se quieran alcanzar

Factores controlables en la formación del precio

Los costos de producción, venta, distribución, financieros, etc. (incluye los costos vinculados a la exportación).

Los costos por la investigación y penetración en los mercados externos.

La calidad del producto. Una diferenciación del producto, en base a la calidad o a los servicios asociados, puede acceder a un precio más alto, siempre y cuando el consumidor reconozca dicha mejora y esté dispuesto a pagar un plus por esa “diferencia”.

La publicidad y otras comunicaciones son un factor importante del precio pues mejoran la apariencia o imagen del producto, incrementando el valor del producto a los ojos del comercio y de los consumidores.

Factores incontrolables en la formación del precio

Nivel de precios en el mercado de destino, es decir, el nivel de precios de mercadería idéntica o similar o sustituta de la que pretendemos exportar.

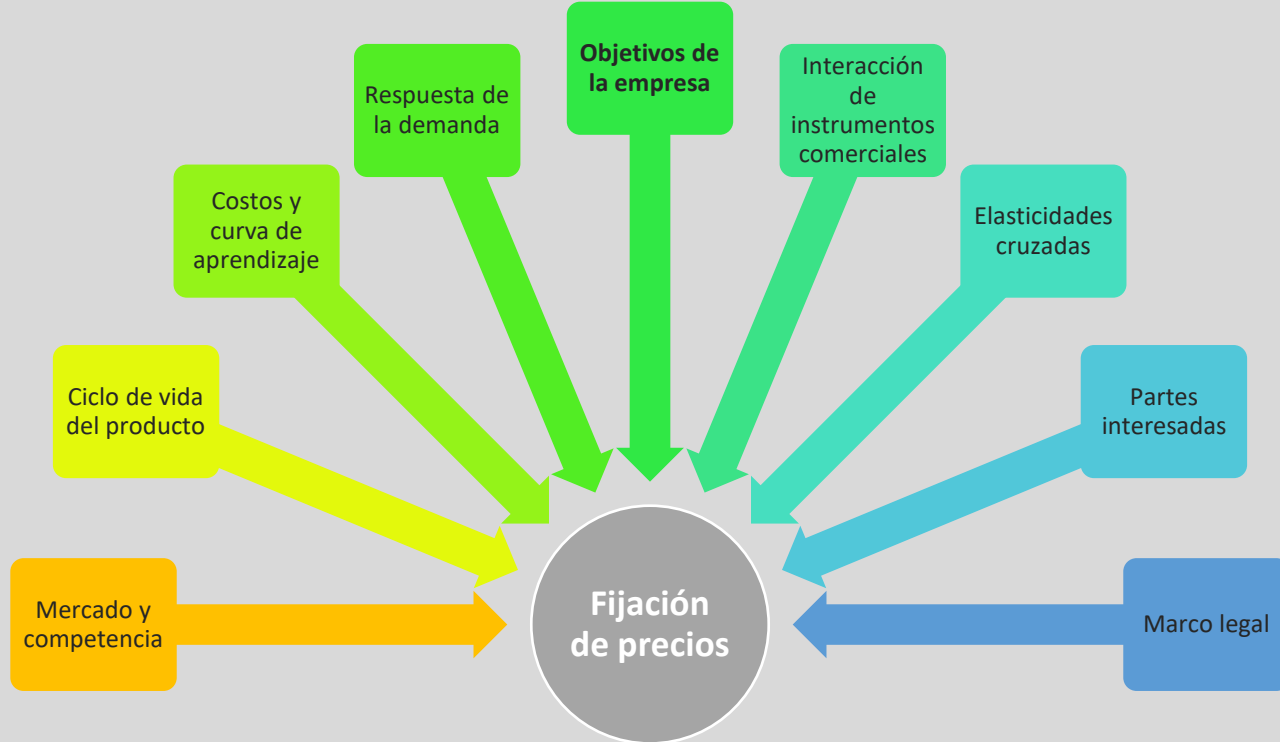
Tamaño y penetración del mercado e intensidad de la competencia. Abastecimiento del mercado y demanda. Actitud de los competidores.

El grado de competencia en los mercados externos puede involucrar a productos nacionales o importados.

Política impositiva y cambiaria, barreras arancelarias y para-arancelarias.

Transporte: costos, medios, frecuencias, etc. y canales de distribución.

Factores que deben considerarse en la formación del precio



Pasos en la estrategia de precios



Etapas del proceso de fijación de precios

<i>Etapas</i>	<i>Objetivo</i>
1	Definir las metas de la fijación de precio
2	Determinar la demanda
3	Calcular los costos
4	Analizar costos, precios y competencia
5	Elegir un método de fijación de precios
6	Establecer el precio y las condiciones de venta

Políticas de precios



Costos



Mercado



Competencia

La guerra competitiva

Teatro de operación	ESTRUCTURA COMPETITIVA			
Actores	Líder	Retador	Seguidor	Líder de nicho
Guerra	Defensiva	Ofensiva	Flanqueo	Guerrilla
Estrategia	Expandir proteger	Atacar a todos	Copiar al líder	Líder de nichos
Maniobra	Autoataque Bloqueo	Ataque directo	Ataque por sorpresa	Ataque focalizado

Técnicas de fijación de precios

Por costos totales

Por costos variables

Por posición en el mercado

Por precios de penetración

Por margen de utilidad

Por tamizado

Por línea de productos

Por opcionales

Por accesorio

Con descuentos o bonificaciones

Por precios promocionales

Por zona geográfica

Por agregados o desagregados al producto

Condición de equilibrio del precio

Los objetivos de la empresa exportadora deben considerar la permanencia y la credibilidad en el mercado como elementos esenciales del éxito en el largo plazo. Estos objetivos a largo plazo se traducen en una preocupación de corto plazo: la búsqueda de rentabilidad.

Por lo tanto, el precio final del producto exportado debe cumplir dos requisitos principales y lograr un equilibrio dinámico entre ellos

**asegurar beneficios
a la empresa
exportadora**



**hacer que el producto
sea competitivo en el
mercado exterior**

Cálculo del Precio FOB a cotizar

El precio FOB de una exportación es igual a la sumatoria de los Costos Totales medidos en unidades monetarias más los Gastos de Exportación medidos como porcentaje del Precio FOB menos los Reintegros medidos como porcentaje del precio FOB más la Utilidad e Impuesto a las Ganancias medidos como porcentaje del precio FOB

$$\text{FOB} = \text{CT} + \% \text{Gs.Expo (FOB)} - \% \text{R (FOB)} + \% \text{UIG (FOB)}$$

Cálculo del Precio FOB a cotizar

$$\text{FOB} = \frac{\text{CT} + [(\text{IIT} + \text{IID}) \times \%R] - (\text{IIT} \times \%DN)}{1 + \%R - (\%CAg \times \%R) - \%DN - \%CAg - \%HonDA - \%O - \%UIG}$$

CT= costo total

IIT= insumos importados en Admisión Temporal para perfeccionamiento industrial

IID= insumos importados en forma directa con pago de derechos de importación

%R= % de Reintegros a la Exportación

%DN= % de Derechos a la Exportación, neto de insumos importados en Admisión Temporal calculado como $\%DN = \%D / (1 + \%D)$

%D= % de Derechos de Exportación

%CAg= % de Comisión de Agente

%HonDA= % de Honorarios del Despachante de Aduana

%O= % de Otros Gastos que se coticen en función del Valor FOB

%UIG= % de Utilidad más Impuesto a las Ganancias en proporción del FOB



Prof. Germán Leva

Prof. Germán Reynolds