



## **ESTRATEGIA DE NEGOCIOS:**

Cálculo del Precio de Exportación

# Estrategia de Negocios: Cálculo del Precio de Exportación

*En este número se presentan los factores a tener en cuenta para realizar un correcto cálculo del precio de exportación, indispensable a la hora de determinar la competitividad del producto en el mercado meta.*

El proceso de exportación está conformado por una serie de etapas por las cuales la empresa que ha tomado la decisión de vender sus productos a nivel internacional, debe transitar, a fin de insertarse exitosamente en los mercados externos. Los principales pasos a seguir son: la investigación, evaluación y selección de los mercados potenciales, la definición de la estrategia de acceso a esos mercados y la venta del producto elegido. Esta última etapa conlleva realizar la oferta de cotización al potencial comprador del producto. Uno de los puntos más destacados que debe incluirse en esta cotización es el precio de exportación, que indicará si el producto a exportar es competitivo en el mercado de destino o no.

Este precio de exportación o precio FOB (termino de venta que se utiliza generalmente en las cotizaciones) puede calcularse mediante diversos mecanismos, siendo los más utilizados el cálculo partiendo de los costos de la empresa o bien el cálculo partiendo del precio de venta en el mercado del importador.

## **Cálculo del precio de exportación partiendo de los costos de la empresa**

En este caso, se deben tener en cuenta los siguientes elementos: el costo de producción, los costos de administración, comercialización y financieros, los costos de exportación, la utilidad que se espera obtener, los derechos de exportación y los mecanismos de Promoción de Exportaciones que aplica el Estado.

El Costo de Producción incluye todos los conceptos relativos a la elaboración de un producto hasta que éste se encuentra en stock y se divide en Costos Fijos, tales como mantenimiento, conservación y servicios de la infraestructura física, y Costos Variables, que incluyen materias primas, mano de obra, materiales directos y gastos generales de las diferentes etapas de producción.

Los Costos de Administración y Comercialización comprenden todos los gastos que deben afrontarse luego de que el producto se encuentra en stock y se originan, entre otras, por las siguientes actividades: investigaciones y estudios

de mercado, promoción de ventas, publicidad, distribución, etc., mientras que los Costos Financieros se refieren a los intereses por prefinanciación y financiación de exportaciones.

Con respecto a los Costos de Exportación, éstos pueden ser directos o indirectos. Los Costos de Exportación Directos comprenden los gastos referidos a: etiquetas, folletos, rótulos, marcas, etc; envases y embalajes; contenedor y almacenaje; seguro y transporte interno hasta el puerto de salida; y otros gastos (aduaneros, envíos de muestras, etc). Por otra parte, los Costos de Exportación Indirectos corresponden a: gastos del despachante de aduana; gastos bancarios; gastos de despacho y puerto (carga, descarga, etc).

La utilidad, por su parte, puede estar expresada en un porcentaje sobre las ventas o ser un monto fijo sumado al costo del producto.

Por último, se debe tener en cuenta cualquier herramienta de Promoción de Exportaciones que otorgue el Estado a las empresas exportadoras, como los Reintegros, que representan la devolución de los impuestos internos pagados durante la fabricación del producto a exportar. Estos están establecidos por posición arancelaria y se calculan como porcentaje sobre el valor FOB de la mercadería.

La fórmula se compone de la siguiente manera:

$$\text{Precio FOB} = \frac{\text{CP} + \text{CCyA} + \text{CF} + \text{CDE}}{1 - \text{CIE} - \text{CCI} - \text{U} - \text{DE} + \text{R}}$$

(Numerador: valores absolutos)  
(Denominador: valores porcentuales)

CP	(Costo de Producción)	
CCyA	(Costos de Comercialización y Administración)	
CF	(Costos Financieros)	
CDE	(Costos Directos de Exportación)	
CIE	(Costos Indirectos de Exportación)	
CCI	(Costos de Comercialización Internacional):	<i>Por ejemplo la comisión del agente o representante en el exterior, expresada como un porcentaje sobre el precio FOB.</i>
U	(Utilidad):	<i>Si se trata de una suma fija se ubica en el numerador, si se expresa como porcentaje sobre el precio FOB se debe ubicar en el denominador.</i>
DE	(Derecho de Exportación)	
R	(Reintegro)	

### Cálculo del costo de exportación partiendo del precio de venta en el mercado del importador

Este mecanismo consiste en realizar la operación inversa a lo detallado anteriormente. El punto de partida es el precio

de venta al consumidor en el mercado de destino. De este precio se deducen los costos de los diferentes canales de distribución, constituidos por gastos, impuestos y utilidad, los aranceles de importación y demás gastos aduaneros del país de destino, y el flete y seguro

internacional hasta el mercado importador. Luego de restar estos costos se obtiene el precio FOB de exportación que va a estar constituido por el costo de producción, los costos de exportación, los costos comerciales, de promoción y venta más la utilidad.

### Políticas para establecer el Precio de Exportación

Una vez que se conocen en profundidad los diversos factores que constituyen el precio de exportación y su incidencia en él, se está en condiciones de definir la política de precios de exportación a aplicar. Existen dos enfoques posibles: hacia la empresa o hacia el mercado.

Las políticas orientadas a la empresa son aquellas que toman como base de decisión el costo y el beneficio. De acuerdo a esto, surgen diferentes formas de fijar el precio, las más utilizadas son: *Costo + Beneficio* donde el precio de venta de exportación se fija considerando recuperar los costos totales de la operación y obtener un beneficio determinado, el cual puede expresarse como un valor fijo o como un porcentaje del precio; *Costo Marginal* donde el exportador absorbe en el precio de exportación los costos variables de producción y el beneficio esperado, cargando al precio del mercado local los costos de producción fijos.

Con respecto a las políticas orientadas hacia el mercado se pueden considerar las siguientes variantes: *Inserción y Sondeo de Mercado* donde la fijación del precio se realiza de acuerdo a los precios de referencia de la competencia (esta política se utiliza generalmente en productos de poca diferenciación y grandes volúmenes de venta); *Liderazgo de Precios* donde el precio al que se decide vender es el más alto del mercado (se utiliza para bienes muy

conocidos o marcas líderes que penetran a un nuevo mercado); *Precios Diferenciales* donde se establecen distintivos precios en el mismo mercado, a través de descuentos por cantidad, bonificaciones, forma de pago, etc.

En algunos países, vender un producto a un precio calculado mediante la política de *Costo Marginal*, puede tomarse como *Dumping*. En el Comercio Internacional se entiende que existe *dumping* cuando un producto determinado se vende a un precio inferior a su valor normal, es decir, a un precio menor que el precio comparable, en el curso de operaciones comerciales normales, de un producto similar destinado al consumo en el país exportador.

Las importaciones de productos en condiciones *dumping*, están sujetas a medidas *antidumping* (generalmente aranceles adicionales a los derechos de importación), solamente en el caso que dicha práctica cause o amenace causar daño a la producción nacional de productos idénticos o similares.

A raíz de lo enunciado en los párrafos precedentes, se puede observar la gran importancia que representa, para la empresa que decide introducir sus productos en los mercados internacionales, el correcto cálculo de su precio de exportación. Este factor es imprescindible a la hora de delinear la estrategia exportadora y de penetración en los mercados externos de cada empresa.

### Elaboración:

#### Virginia Laura Fredes

Fuente: Di Liscia, Alberto y Vanella, Ricardo: "Claves para Exportar: Manual del Exportador Argentino", Nuevo Hacer, Grupo Editor Latinoamericano, Fundación Export.Ar, 1999. "La Clave del Comercio: Libro de Respuestas para Pequeños y Medianos Exportadores", Cámara de Exportadores de la República Argentina y Centro de Comercio Internacional, 2001. "Informe Técnico N° 4" Dirección General de la Producción de Mar del Plata y Fundación Export.Ar Mar del Plata. Grisetti, Oscar y Parrotta, Analía: "Preguntas más Frecuentes para Empezar a Exportar", Programa de Apoyo a la Primera Exportación, Secretaría de la Pequeña y Mediana Empresa.