

El precio de exportación

ANGÉLICA BASULTO CASTILLO
JAVIER MEDINA ORTEGA

Introducción

Para establecer negociaciones comerciales con el exterior, es importante tomar en cuenta dos puntos esenciales: un precio de venta competitivo del producto y una óptima calidad de éste congruente con el precio establecido. Estos dos elementos configuran el binomio precio-calidad, que permite ubicar el segmento de mercado donde se busca posicionar el producto, así como definir el perfil del consumidor y los medios de distribución para hacer llegar el producto a sus manos.

El objetivo de este artículo es comentar en forma general los principales métodos que permiten fijar precios para la exportación de productos. Se pondrá especial atención en los elementos internos de la empresa, por lo que no se discutirá el efecto de incorporar los "ingredientes" externos al producto, entendiendo por ello la parte de los costos que conlleva el hacer llegar el producto al cliente extranjero, mismos que dependerán del término de comercio internacional que se utilice para la operación (EXW, FOB, CIF, etcétera).¹

Elementos que se deben considerar al fijar el precio de exportación

En primer lugar, no se deben agregar los gastos que origina la comercialización para el mercado interno, ya que esto inflaría el precio al agregarle los gastos de comercialización al exterior; de hacerlo se restaría competitividad al producto. El exportador debe tener claro que al momento de fijar la cotización de su producto sólo debe recuperar los costos administrativos, industriales y financieros, así como un beneficio razonable.

Es importante mencionar que la exportación genera ingresos provenientes de dos canales: el ingreso que paga el importador y el originado por beneficios extracomerciales como la devolución de impuestos, los créditos a tasas preferenciales, reembolsos de gastos varios y beneficios fiscales, entre otros; estos ingresos constituyen una fuente de capital de trabajo para la empresa, por lo que debe ser considerado un financiamiento fiscal a bajo costo.

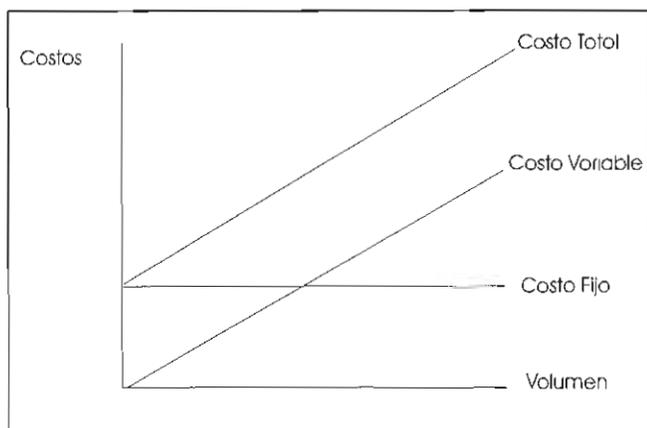
Es importante que el exportador investigue el arancel y el régimen de importación a que someterá su producto en el país de destino, con el fin de averiguar si se otorgan ventajas arancelarias que lo beneficien; por ejemplo, las reducciones arancelarias que se otorgan como parte del Sistema Generalizado de Preferencias que países desarrollados otorgan a países como México, así como las preferencias obtenidas por medio de los tratados comerciales que se han signado en los últimos años.

Fijación de precios con base en costos

Para una rápida filtración al mercado exterior el producto debe tener un precio competitivo. Para ello se tiene que agregar al costo individual del producto los costos de exportación a valores vigentes al momento de cotizar, y se le restan los beneficios de reembolso o los estímulos oficiales a la exportación. Al resultado de lo anterior se le suma un porcentaje de beneficio razonable para ofrecer un precio atractivo para el mercado de destino.

Los costos se pueden clasificar de dos maneras: 1) de acuerdo con la función en que incurren, y 2) conforme a su comportamiento. Los primeros son costos de producción –mano de obra, materia prima y gastos

indirectos- de administración y venta, y administrativas. Los segundos son costos marginales o directos que cambian en relación directa con la actividad o el volumen -por ejemplo, de acuerdo con la función de producción y con las comisiones conforme a las ventas-, costos fijos o directos que permanecen constantes en un periodo determinado -por ejemplo, los sueldos y la depreciación- y costos semivariabales o semifijos, compuestos por una parte variable y otra fija, por ejemplo de luz y teléfono.



Costeo marginal o directo

Algunos autores sugieren que entre los métodos para fijar precios se utilice siempre el costeo marginal o

directo. En éste sólo se incluye la parte variable de los costos de la función productiva. Los que proponen este método afirman que los costos fijos se relacionan con la capacidad instalada y ésta, a su vez, depende de un periodo determinado, pero de ninguna manera del volumen de producción. Por lo tanto, este método considera los costos fijos de producción como costos de periodo. Con la utilización de este método de costeo es posible poner un precio más bajo al producto, lo cual le permite ser más competitivo en el mercado internacional. Este método es aceptado en México por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público para el mercado de exportación.

Algunos autores consideran que este método es válido si: 1) la empresa tiene capacidad instalada excedente; 2) las ventas y las utilidades se ven incrementadas por aceptar pedidos a un precio más bajo del normal -costo total- a clientes del extranjero; 3) es financieramente factible para la empresa y su grado de utilización puede ser parcial entre cero y 100 por ciento, y 4) los pedidos no interrumpen el mercado nacional.

El método de equilibrio

Este método es de gran utilidad para planear la rentabilidad de los posibles precios. También es útil para incorporar el presupuesto del ingreso y la demanda en

INDICADORES DEL EMPRESARIO

Indicadores fundamentales

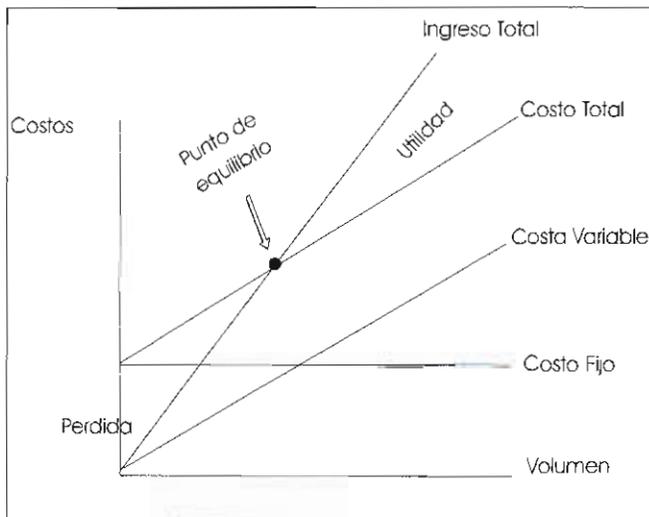
GRACIELA LÓPEZ MÉNDEZ

Un buen empresario o gerente es aquel que prevé los problemas, no aquel que los resuelve; por ello, debe estar alerta de cuanto está pasando en la empresa, en el mercado particular al que atiende y al entorno económico nacional e internacional. Es decir, necesita estar pendiente de todo aquello que pueda influir en el desempeño del negocio y, por consiguiente, afectar los objetivos planteados.

El análisis de los ámbitos interno y externo de la empresa le ayuda a identificar lo que podría convertirse en problema; a partir de ello puede estudiar las alternativas de solución y seleccionar la óptima en términos

de los objetivos. Según sus circunstancias particulares, cada empresa necesita diferente información; sin embargo, los indicadores macroeconómicos son fundamentales para la toma de decisiones en cualquier tipo o tamaño de empresa.

la fijación de precios; asimismo, permite considerar la relación entre el ingreso y el costo. Mediante este método es posible contar con un diagrama para percibir el ingreso que se podría obtener a diferentes niveles de actividad a un determinado precio. También se puede trazar una curva de costo total relacionada con la de ingreso para encontrar el punto de equilibrio de la empresa; en este punto el ingreso total y el costo son iguales, a un nivel más elevado de producción la empresa comenzará a obtener un beneficio con cada unidad, y por debajo de él registra pérdidas.



Hay que tener claro que el análisis de equilibrio sólo se puede utilizar para evaluar la influencia de los distintos niveles de precios, pero no para resolver el problema de la fijación de precios.

Hasta aquí parecería fácil fijar precios o cotizaciones orientadas al exterior, pero hay un punto de crucial importancia que aún no se ha mencionado: el análisis del mercado de destino, así como de la competencia que se enfrentaría.

Fijación de precios

Es posible resumir que la fijación de precios requiere, por un lado, evaluar los costos y, por otro, la evaluación del mercado de destino. El exportador debe plantear primero los objetivos que persigue. Si lo que desea es aprovechar una capacidad excedente de su producción, debe recurrir al método de costos marginales o directos, pero si lo que busca es incrementar la competitividad de su producto debe evaluar minuciosamente el mercado de destino y, al mismo tiempo, hacer un análisis de éste. Hay que tener bien claro que la fijación de un precio de exportación depende esencialmente de la demanda y de los competidores.

En la actualidad existen en el mercado internacional dos formas de hacer cotizaciones: 1) con base en costos (*costing*), y 2) con base en mercado/competencia (*pri-*

Y para usted ¿de cuánto fue la inflación?

El crecimiento de los precios es uno de los indicadores de mayor relevancia en el análisis del desarrollo económico del país y, sobre todo, es el indicador que más impacta a la sociedad. Las cifras oficiales al respecto casi siempre son impugnadas ya que cada quien percibe en forma diferente el crecimiento de los precios. En efecto, para cada individuo, familia, empresa o institución el impacto del incremento de los precios es diferente porque también lo es la estructura de su gasto.

La información que mayor difusión recibe es la que se refiere al índice nacional de precios al consumidor, que es una ponderación de

ponderaciones; por consiguiente, nadie se ajusta a esta cifra. Para llegar a ella, el Banco de México recopila durante cada mes 170 mil cotizaciones directas en cuarenta y seis ciudades sobre precios de aproximadamente mil seiscientos artículos y servicios específicos.

La información desagregada que se genera sobre los precios al consumidor recibe mucho menor difusión aun cuando pueda tener más validez para casos particulares. Asimismo, los índices elaborados por el Banco de México no sólo se refieren a los del consumidor, sino también a los del productor.

cing). En la primera es importante conocer los costos fijos y los costos variables, el punto de equilibrio y determinar los gastos en que se incurre en la operación hasta el punto de entrega acordado con el comprador. En la segunda forma de cotizar se pretende llegar al

precio de venta al público; esto sólo lo pueden realizar los exportadores expertos. Sin embargo, actualmente la cotización con base en precios es lo más común.

Nota

¹ En vista de la importancia que tiene la utilización correcta de los términos de comercio internacional, éstos serán objeto de un artículo complementario que será publicado próximamente.

Bibliografía

- Juárez Olay, Francisco y Guillermo Contreras Pisson, *Formación del precio de exportación. Nota técnica*. Banco Mexicano de Comercio Exterior (Bancomext), 1991.
- Moreno, José María, *Manual del exportador. Teoría y práctica exportadora*, Ediciones Macchi, Buenos Aires, 1993.
- Instituto Mexicano de Comercio Exterior (IMCE), *Forbase 85*. IMCE, Forbase 84.
- Picker, Hans, *Análisis marginal. Usos para la gerencia y definición de conceptos*, IMCE.
- Moya P. Xavier, *Estrategias de fijación de precios*, Bancomext.



Entre la información sobre índices de precios al productor, el Banco de México elabora la correspondiente a consumo privado, formación bruta de capital y exportaciones; ello para sectores, ramas y cincuenta clases de actividades, así como por origen de los bienes y de las materias primas.

El índice de precios es uno de los principales indicadores del comportamiento de la economía, y tiene una gran diversidad de usos, entre otros: 1) permite estimar la pérdida de valor del peso respecto a sí mismo; 2) proporciona una referencia para la revisión de sueldos,

salarios, prestaciones y demás conceptos de ingreso; 3) es la base para indizar el valor nominal de las transacciones públicas y privadas (revaluaciones de activos, compra-venta a futuro, acuerdos legales sobre pensiones, contratos de arrendamiento y otros); 4) se utiliza como deflactor de los diversos flujos de producción medidos en términos monetarios, y 5) presenta series a precios constantes con los que se pueden establecer comparaciones y variaciones reales.

Cabe señalar que si la información disponible no se ajusta a las necesidades de alguna empresa, es factible que con relativa facilidad elabo-

re su propio índice de precios ponderado, de acuerdo con su particular estructura de gastos.