

¿Cómo se debe pensar el Precio de Exportación?

En el análisis del Precio de exportación se deben considerar diversas situaciones que ayudan al exportador a lograr mayor competitividad.

- La capitalización de la capacidad ociosa de la planta, que permite cotizar a costos variables remitiendo los costos fijos al mercado doméstico;
- Informarse sobre los trámites y plazos para hacer efectivo los recuperos impositivos o la compensación, transferencia, etc. de los créditos fiscales a favor del exportador (Impuesto al Valor Agregado, I. Internos, etc.)
- Tener conocimiento adecuado sobre las normas y criterios aduaneros en materia de precios (definición del valor imponible, artículo 735 y siguientes del Código Aduanero), a fin de un correcto cálculo de todos los conceptos que integran el precio, especialmente del draw-back y de los reintegros y reembolsos adicionales.
- Al calcular el precio se debe analizar, por ejemplo, si es más beneficioso utilizar el régimen de admisión temporaria o el de draw-back. Tener buena y actualizada información sobre los beneficios tributarios, trámites, condiciones y plazos para su percepción.
- Es atinado establecer un precio de exportación de acuerdo con un pedido "óptimo", es decir, una cantidad de venta donde todos los factores del costo se correspondan con los porcentuales y valores calculados en el precio de venta. Las ventas que superen el "óptimo" se beneficiarán con descuentos por cantidad. Quienes soliciten cantidades menores al "óptimo", deberán afrontar un incremento sobre el precio ofertado.
- Los proveedores locales deben ser incorporados al negocio de exportación, solicitándoles "precios de exportación" sobre los materiales e insumos adquiridos y destinados a ser industrializados y exportados.
- Someter el Precio a periódicas revisiones
- Mantener una estricta vigilancia sobre el mercado al que vendemos (precios y políticas de promoción y venta de los competidores.).

¿Al momento de cotizar qué debo averiguar?

Al momento de cotizar el exportador debe informarse respecto a la vigencia y alcance de la legislación vigente de directa implicancia en el Precio de Exportación.

- Reintegros de impuestos indirectos, de acuerdo con la posición arancelaria del producto. Condiciones y plazo para su cobro.
- Reembolsos adicionales (por utilización de puertos patagónicos, exportación de plantas llave en mano u obras de ingeniería). Condiciones y plazo para su cobro.
- Draw-Back correspondiente a materiales, materias primas, etc. importados por el productor, utilizados en el producto a cotizar. Condiciones y plazo para su cobro.
- Admisión temporaria de materiales, insumos, etc., ingresados para su beneficio industrial y posterior exportación.

- Exportación temporaria de materiales, materias primas, etc., para su beneficio industrial en el exterior y posterior ingreso al país e incorporación a otros bienes nacionales a fin de ser exportados.
- Cumplir con los requisitos de origen en destino.
- Informarse sobre las condiciones, plazos, etc., vigentes para el recupero de los impuestos nacionales (Impuesto al Valor Agregado e Impuestos Internos).

¿Cómo influye el Precio en una negociación comercial?

El Precio es un factor fundamental en la Oferta de venta, pero no es el único que condiciona la negociación entre comprador y vendedor. Es atinado evitar que la negociación se inicie con el Precio. El vendedor (exportador) debe negociar el Precio luego de haber logrado acuerdo sobre otros aspectos de la negociación.

El exportador se ha de informar objetivamente, antes de negociar el Precio, de la importancia de la competencia representada por los productores nacionales en el mercado de destino y de cómo cotizan, examinar los canales de distribución y/o analizar la posibilidad de ventas directas, estudiar los medios de promoción que se utilizan, etc.

Como futuro "socio" en relaciones de negocios a largo plazo, el exportador debe hacer valer su organización administrativa, su capacidad de producción y la calidad de sus productos, su sistema de control de calidad, capacidad y eficiencia en la atención de pedidos del exterior, experiencia en negocios internacionales (indicar empresas a las que les ha exportado sus productos), reputación financiera y relación con los bancos. Puede ofrecer financiación (instrumentos y plazo de pago, tasa de interés, etc.). Luego puede avanzar sobre otros aspectos, por ejemplo, tratar sobre los plazos de entrega, comisiones, descuentos, bonificaciones, etc.

El Precio final dependerá de la negociación global.

El exportador puede llevar a la mesa de negociaciones diversos precios y según el cariz que tome la misma, puede favorecer la compra primera y segunda por medio de bonificaciones a fin de incentivar al comprador. Si el comprador argumenta que tiene mejores precios de otros proveedores, se debe solicitar más detalles e insistir en que la ofrecida es mejor que la suya, la "nuestra" es la mejor oferta. En el supuesto de que se solicite un descuento, se debe pedir algo a cambio, pero que sea negociable. La respuesta sería, "si accedo a disminuir el precio en el 3% Ud. abona la compra con crédito documentario contra documentación de embarque".

En la negociación es muy importante tratar de averiguar la cantidad que está en juego, si hay posibilidad de repetir los pedidos, y de ser factible, en que períodos de tiempo, si van a promocionar el producto y marca, si tiene buenas bocas de expendio o distribución, que zonas abarca en su país, etc. Se debe insistir en las ventajas de su producto, la fiabilidad como proveedor regular y su promesa de entregas en término.

Si aceptan nuestra Oferta casi sin negociación, corresponde averiguar cuál es la causa determinante del interés del comprador, se impone una revisión de los precios y efectuar una nueva comparación con los de la competencia. Es prudente pedir informes comerciales del comprador y no asumir compromisos a mediano o largo plazo antes de revisar la estrategia de precios.

¿Qué precio debemos fijar al producto?

La fijación del precio esta estrechamente vinculada a la comercialización del producto en condiciones competitivas. En este trámite existe un piso, los costos y beneficios del producto y un techo, superado el cual el producto deja de ser competitivo. Dentro de esos parámetros hemos de fijar nuestra política de precios, salvo que la empresa decida ofrecer sus productos a precios de Dumping, política perfectamente aceptable siempre que no se cause daño a una actividad existente en el país importador.

Dentro de los límites indicados existe una gama de posibilidades en la fijación de precios. Sirva de ejemplo la cuantificación a nuestro favor, cuando ello es posible, de los tributos a la importación que estamos exceptuados o abonamos en forma reducida, como consecuencia de exportar a países con los que se ha suscripto acuerdos de integración.

La pregunta que se presenta a cada nivel de precios es: ¿qué cantidad es esperable vender a "ese" precio?.

La respuesta depende de muchos factores:

- ¿Cómo reaccionan los competidores ante los precios del exportador?
- Reales ventajas competitivas de nuestro producto.
- La eficiencia en la distribución y el abastecimiento de los productos competidores
- Precio de productos competidores.

Es difícil que el exportador (vendedor) controle los precios al por menor o el precio de los productos vendidos a través de intermediarios, si bien tiene cierta influencia en ellos según el precio que fija a los importadores. Es incierto determinar cuándo una ventaja en los precios que otorga el exportador (vendedor) al importador (comprador), se transmite al consumidor final o termina aumentando el margen de utilidad de los intermediarios.

¿Cómo se incentivan las ventas?

Los plazos de pago (créditos) y, en general, las condiciones de venta son elementos muy importantes para poder competir. Corresponde investigar las condiciones que imperan en el mercado para las transacciones del producto en análisis y estudiar en que medida pueden mejorarse. El exportador debe hacer las indagaciones necesarias para informarse de:

- El plazo de crédito que normalmente solicitan los compradores.
- Intereses o recargos por pagos a plazos
- Las formas de pago de práctica habitual.
- Descuentos y bonificaciones.

La publicidad y otras formas de promoción son utilizadas para introducir nuevos productos en los canales de comercialización y el exportador que no los utilice puede encontrarse imposibilitado de vender en ese mercado, lo que seguramente lo llevará a bajar más los precios resignando margen de utilidad.

Las estrategias de promoción a nivel mayorista, distribuidor, etc. dentro de una política de ventas, suele estructurarse en base a:

- Descuentos especiales por cantidad.
- Bonificaciones por primeras compras.
- Apoyo publicitario
- Comunicación directa (correo, fax, e-mail, etc.)
- Distribución de muestras
- Demostraciones, exposiciones, reuniones especiales, etc.
- Entrenamiento brindado a Agentes o Distribuidores.

Corresponde averiguar los medios que utilizó la competencia para penetrar y mantenerse en el mercado y el apoyo que le brindan los agentes, intermediarios y minoristas. Sobre la base de las conclusiones a las que se arribe, se deberán arbitrar las medidas y establecer los recursos que se invertirán al respecto.

¿Qué comprende una Planilla de Cálculo del Costo y Precio de Exportación?

La Planilla u Hoja de cálculo del Costo y Precio de Exportación tiene dos secciones. Una está integrada por la Carátula donde se transcribe toda la información de la operación comercial relativa a la cotización y la otra corresponde a la Planilla propiamente dicha donde se transcribe toda la información numérica por unidad de cotización (unidad, docena, etc.)

- La Carátula

La hoja Carátula contiene lo siguiente,

- Información correspondiente a la empresa a la cual dirigimos la oferta de venta.
 - Datos relativos al producto que se cotiza
 - Condiciones en la cual se efectúa la venta. Incoterms
 - Banco Interviniente. Instrumentos de cobro.
 - Cia. de Seguros. Coberturas.
 - Envases y embalajes. Condiciones.
 - Transporte. Modo. Contenedores.
 - Despachante de Aduanas.
 - Organismos que intervienen en la exportación (intervenciones previas).
 - Toda otra información que el exportador crea oportuno incluir atento a la índole de su negocio y del producto a cotizar.
- Planilla de cálculo

La Planilla de cálculo del costo y del precio de exportación tiene la distribución de los rubros que se transcriben en el ejercicio práctico. El exportador adecuará la misma a sus necesidades, agregando los rubros específicos de su actividad.

- Ordenamos la información del valor FOB obtenido en el punto ¿Prácticamente cómo funciona la fórmula del Precio FOB?

- Costo de producción

Materia prima y materiales	\$10.000.-
Mano de obra	\$7.000.-
Gastos de fabricación	\$3.000.-

- Gastos de Exportación

Embalaje	\$500.-
Marcas y estrancidos	\$100.-
Fletes y seguros internos	\$200.-
Gastos de carga y puerto	\$600.-
Documentación para exportación	\$150.-
Verificaciones y controles	\$150.-
Honorarios del Despachante de Aduanas, (1,5% s/FOB)	\$387,93

- Gastos de administración, comercialización y financieros

Comisiones bancarias (1% s/FOB)	\$258,62
Comisiones por intermediación (5,5% s/ FOB)	\$1.422.41
Gastos administrativos	\$300.-
Departamento de exportación	\$250.-
Investigación de mercados	\$50.-
Intereses por prefinanciación	\$200.-

- Devoluciones impositivas.

Draw-Back	\$.-
Reintegros y reembolsos (5% s/FOB)	\$(1.293,10)

•Utilidad (10% s/FOB)	\$2.586,21
•Precio FOB	<u>\$25.862,06</u>

DESARROLLO DE COSTO/PRECIO DE EXPORTACIÓN

Costo de Producción 1	Gastos de Administración 2	Gastos de Comercialización 3	Gastos Financieros 4	Impuestos 5
Gastos Exportación. directos 6	de Gastos Exportación indirectos 7	de Gastos Gravámenes 8	por Incentivos Promocionales 9	Utilidad 10

1 - Costo de Producción:

a) Costo total por absorción: es el costo de la mercadería una vez terminado el proceso de producción. Este está dado por la suma de **los costos fijos** (que son los que tiene la empresa tanto si produce al 100 % de su capacidad como si fabrica solo una pieza) más **los costos variables** (mano de obra, materia prima nacional, materia prima extranjera, insumos, etc.) o sea todo lo necesario para producir la pieza.

b) Costo directo o marginal: este sistema sólo incluye el **costo variable** (dado que se considera que el **costo fijo** ya está incluido en el costo de producción de la mercadería destinada al mercado interno).

Supongamos que la empresa Prodyven SRL tiene una capacidad de producción de 1.000.000 unidades y que para producir esta cantidad tiene costos variables por USD.3.000.000, = y además una estructura de costos fijos del orden de USD.1.000.000, =

· Con una producción plena, el **costo de producción** por unidad se calcula:

$$C.V. + C.F.$$

$$C.P = \frac{\text{-----}}{U}$$

Siendo **C.P.** = Costo de Producción, **C.V.** = Costo Variable y **C.F.** = Costo Fijo

$$\frac{USD.3000.000 + USD.1.000.000}{U. 1.000.000} = USD. 4 = \text{por unidad}$$

· **Si la producción para el mercado doméstico fuera del 50 %, el costo fuese:**

$$\frac{USD.1.500.000 + USD.1.000.000}{U.500.000} = USD. 5$$

· Supongamos ahora que el Lic. en Comercio Internacional, Sr. Cecotti, Gerente de exportación de la empresa arriba mencionada recibiera **un pedido de cotización del exterior por 500.000 unidades.**

¿Cuál sería su costo de producción?

En este caso particular el Lic. Cecotti debería tomar en cuenta dos situaciones:

- a) Si considera el sistema de **costo total por absorción** ó
- b) Si considera el sistema de **costo directo o marginal**

Caso a

$$\begin{array}{l} \text{C.V. + C.F.} \\ \text{USD.3.000.000, - + USD.1.000.000, -} \\ \text{C.P} = \frac{\text{-----}}{500.000 \text{ uvi} + 500.000 \text{ uve}} = \text{USD.4, - por} \\ \text{unidad} \end{array}$$

Siendo
uvi: unidades de venta interna y
uve: unidades de venta exterior

Caso b

$$\begin{array}{l} \text{C.V. + C.F.} \\ \text{USD.1.500.000, - + USD.1.000.000, -} \\ \text{C.P} = \frac{\text{-----}}{500.000 \text{ uvi}} = \text{USD.5,- por unidad} \\ \text{para el mercado interno} \end{array}$$

$$\begin{array}{l} \text{C.V.} \\ \text{USD.1.500.000, -} \\ \text{C.P} = \frac{\text{-----}}{500.000 \text{ uvi}} = \text{USD.5,- por unidad} \\ \text{para el mercado externo} \end{array}$$

2 - GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

Bajo ningún concepto el producto que se va a exportar debe tener en su costo gastos correspondientes a operaciones locales; sólo se deben considerar los gastos que demande la exportación.

3 - GASTOS DE COMERCIALIZACIÓN

Sólo se deben incluir los gastos correspondientes a la exportación dejando de lado los relativos a ventas locales, tales como por ejemplo: las comisiones por ventas, viáticos, la publicidad, etc.

Sí se podrán; eventualmente; considerar los gastos de promoción al exterior, ya que la introducción de un producto a un nuevo mercado así lo requiere, pero deberán estar debidamente prorrateados en las unidades de venta.

4 - GASTOS FINANCIEROS

En este rubro se incluirá el costo de los créditos que se utilicen para producir el producto (**etapa de pre-financiación** - pre-embarque - pre - exportación) o financiar la venta (**etapa de post-financiación** - post - embarque - post - exportación).

5 - IMPUESTOS

La consigna es no exportar impuestos.

A los fines de no distorsionar el precio de exportación no se considerarán los impuestos internos como el I.V.A pues funciona como un crédito fiscal para el exportador.

6 - GASTOS DE EXPORTACIÓN DIRECTOS

Aquí se deben incluir todos los gastos que estén dados por un valor determinado (**no por porcentajes sobre el valor FOB**) y que corresponden a: embalajes, transporte interno, seguro de transporte interno, acondicionamiento, almacenaje, obtención de la documentación, alquiler de contenedores, gastos bancarios y aduaneros, honorarios del despachante de aduana, etc.

7 - GASTOS DE EXPORTACIÓN INDIRECTOS

En este ítem se deben incluir todos **los gastos que están dados por porcentaje del valor FOB**, tales como gastos bancarios, honorarios del despachante de aduana, comisión de agente, etc.

8 - GASTOS POR GRAVAMENES

En este caso se incluyen todos los tributos que pudiesen corresponderle pagar al producto para ser exportado, como ser: tasas, derechos, contribuciones, etc.

En la actualidad las exportaciones argentinas están libres de impuestos; aunque con algunas excepciones. (**Lea la publicación al pie y reflexione sobre la misma**)

9 - INCENTIVOS PROMOCIONALES

En este rubro se tendrán en cuenta los estímulos fiscales, tales como el Reintegro - el Draw - back - el Reembolso.

Definamos:

· **REINTEGRO:** es la devolución por parte del Estado Nacional, de los distintos impuestos que, se presume, fueron abonados directa o indirectamente en el mercado interno sobre los productos del exportador. Esta devolución está dada por un porcentaje sobre el valor FOB. No se aplica para las materias primas, materiales e insumos importados que conforman el producto para los cuales se debe utilizar el Sistema del Draw - back.

· **DRAW - BACK:** es la devolución, por parte del Estado Nacional, de los derechos de importación pagados por el exportador al importar materias primas, insumos, materiales o embalajes que forman parte del producto de exportación. Esta devolución está dada por una suma fija.

· **REEMBOLSO:** constituye la suma del reintegro más el draw-back.

· Existen además otros reintegros especiales.

10 - UTILIDAD

Es la **ganancia monetaria** que deseamos obtener de la exportación.

Fuente:

Cómo Exportar e Importar. Cálculo del Costo y del Precio Internacional. A. Fratalocchi. Editorial Aplicación Tributaria. Argentina.