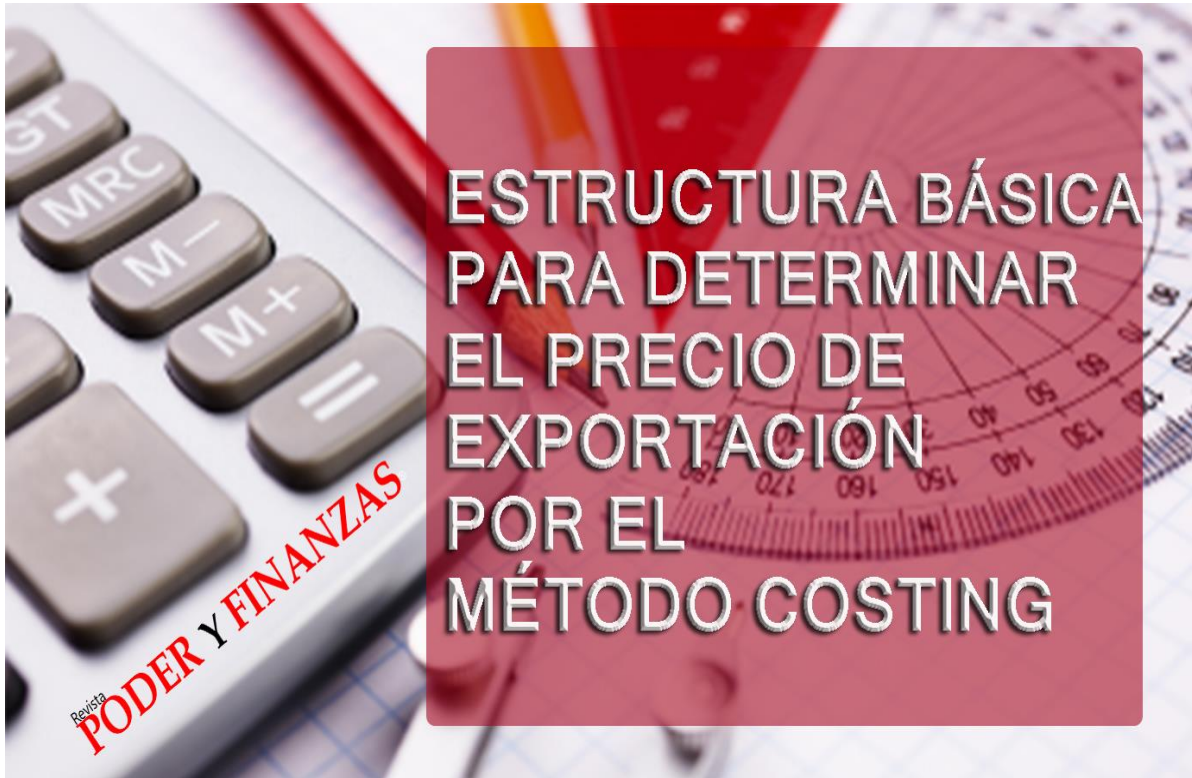


ESTRUCTURA BÁSICA PARA DETERMINAR EL PRECIO DE EXPORTACIÓN POR EL MÉTODO COSTING

De: Revista Poder Y Finanzas



En el método Costing, se suman los costos de producción, administración, utilidad, distribución, etc., mientras que en el método pricing, se toma el precio del producto que se vende en el mercado de destino y se van desglosando o restando los costos de distribución, utilidad, administrativos, producción, etc.

Pensando en una fijación de precio de exportación más elaborada, se pueden utilizar dos métodos: Costing y Pricing.

En el método Costing, se suman los costos de producción, administración, utilidad, distribución, etc., mientras que en el método pricing, se toma el precio del producto que se vende en el mercado de destino y se van desglosando o restando los costos de distribución, utilidad, administrativos, producción, etc. La utilidad del método de pricing es que permite saber a qué nivel de costos se debe llegar para poder ofertar el producto de la empresa a un precio competitivo en el mercado meta.

Cabe mencionar, cuando se determina el precio de exportación, hay elementos a considerar, entre ellos el término Incoterms que hayamos acordado con el cliente.

Si estamos hablando de que existen diferentes precios de exportación, dependiendo del destino de la mercancía, entonces debemos considerar que un factor básico a considerar para determinar esos precios será el término Incoterms que hayamos acordado con el cliente.

El término Incoterms determina la responsabilidad sobre los bienes intercambiados y, por ende, también un nivel de gasto para cada empresa o lo que es lo mismo, indica qué debe pagar el vendedor y qué debe pagar el comprador

Aclarado lo anterior, si la empresa decide elaborar sus precios en base al método costing, entonces una estructura que se puede utilizar para determinar el precio de exportación es la que se presenta a continuación:

+ Costo de producción. Materia prima, mano de obra, envase, embalaje, electricidad, combustibles, impuestos, amortizaciones, etc. Incluye todos los gastos que la empresa hace para obtener su producto.

+ Utilidad. Porcentaje determinado de la suma de los costos de manufactura. El margen de utilidad varía por tipo de producto y mercado (nacional o de exportación).

+ Costo de venta. Documentación, impuestos, derechos, licencias, regalías, promoción, comisiones, etc. Estos costos no inciden en la obtención del producto, sino en su venta y distribución internacional

+ Gastos de poner la mercancía en el lugar convenido dentro del país de origen. Maniobras y transporte terrestre desde la planta hasta la bodega o patio de carga del transportista, y honorarios del agente de aduana (FCA), o hasta el muelle (FAS); maniobras de descarga del camión , de enganche y carga de la mercancía en la bordo del buque (FOB).

Precio: FCA, FAS o FOB

+ Gastos de poner la mercancía en el lugar convenido en el país de destino. Si va a enviar la mercancía por barco: Maniobras, transporte terrestre y marítimo (CFR). Más cobertura de riesgos (seguro) (CIF); todo hasta el puerto de destino. En cambio, si va a enviar la mercancía por otro medio: Maniobras, transporte terrestre o aéreo (CPT). Más cobertura de riesgos (seguro) (CIP); todo hasta el lugar de destino.

Precio: CFR, CIF, CPT o CIP

+ Gastos de poner la mercancía en el lugar indicado por el comprador. Descarga en terminal, maniobra hasta depósito en terminal (DAT), transporte y seguros (DAP). Puede además cubrir también los aranceles, impuestos y derechos de importación, y honorarios del agente de aduanas (DDP).

Precio: DAT, DAP o DDP

Este método tiene la desventaja de que el precio que el exportador determina puede ser demasiado bajo para el mercado, lo que podría generar desconfianza o, en el mejor de los casos, se estará dejando de ganar. También puede tratarse de un precio muy alto que no sea competitivo en el mercado.

Del diario del exportador