

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO
FACULTAD DE ECONOMÍA**

**DIPOSITIVAS: ELEMENTOS QUE INFLUYEN PARA EL CÁLCULO DE
LOS PRECIOS DE MERCADO INTERNACIONAL**

**PROGRAMA EDUCATIVO: LICENCIATURA EN NEGOCIOS
INTERNACIONALES BILINGÜE**

**ESPACIO ACADÉMICO EN QUE SE IMPARTE LA UNIDAD DE
APRENDIZAJE: FACULTAD DE ECONOMIA
ÁREA DE DOCENCIA: ADMINISTRACIÓN**

CLAVE: L43422

HORAS TEORÍA: 2

HORAS PRÁCTICAS:2

TOTAL DE HORAS: 4

CRÉDITOS 6

NÚCLEO DE FORMACIÓN SUSTANTIVA

CARÁCTER DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE: OPTATIVA

ELABORADAS POR

MA. LUISA HERNÁNDEZ MARTÍNEZ

Octubre de 2017



Guión explicativo

Estas diapositivas corresponden a un punto correspondiente a la unidad denominada “Variables de Mercadotecnia”, el tema es Precio, y corresponden a la unidad de aprendizaje de mercadotecnia de la Licenciatura en Negocios Internacionales Bilingüe.

Algunos de los objetivos que marca el programa, y que se relacionan con las diapositivas son: Orientar estratégicamente negocios internacionales para aprovechar oportunidades de mercado que contribuyan al progreso del país y a la organización.

Desarrollar programas de comercialización en ámbitos de los mercados internacionales, incorporando aspectos normativos aduaneros, logísticos, bancarios y financieros, entre otros.

Las primeras 3 diapositivas contienen las particularidades de identificación y uso de la unidad de aprendizaje y contenido del material que es el siguiente

Fijación de precios internacionales

Fijación de precios internacionales en función del costo

Fijación de precios basados en las utilidades

Fijación de precios basados en la demanda

Fijación de precios basados en el comprador

Fijación de precios basados en el comprador

Elementos para el cálculo de los precios: costos internos y de la empresa

Costos de comercialización y distribución

Logística

Otros costos, y

Cotización

Finalmente se incluye también la bibliografía usada para la elaboración del material

Licenciatura en Negocios Internacionales Bilingüe

Economía

MAPA CURRICULAR

PRIMERO	SEGUNDO	TERCERO	CUARTO	QUINTO	SEXTO	SÉPTIMO	OCTAVO	NOVENO	DÉCIMO
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CR 8	ESTRUCTURA DE LA PYME CR 7	ACUERDOS Y TRATADOS INTERNACIONALES* CR 8	ECONOMÍA INDUSTRIAL CR 10	COMERCIO INTERNACIONAL* CR 8	DERECHO INTERNACIONAL PÚBLICO* CR 8	DERECHO INTERNACIONAL PRIVADO* CR 8	ADMINISTRACIÓN DE RIESGO CR 6	COMERCIO ELECTRÓNICO CR 6	PRÁCTICA PROFESIONAL CR 30
COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL CR 8	ORGANISMOS INTERNACIONALES* CR 8	MATEMÁTICAS FINANCIERAS CR 6	SISTEMA ADUANERO CR 6	FINANZAS INTERNACIONALES CR 6	METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN CR 6	DISEÑO DE PROYECTOS DE INVERSIÓN* CR 8	EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN* CR 8	ESTRATEGIAS Y TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL* CR 6	
CONTABILIDAD Y ESTADOS FINANCIEROS CR 6	CHINO MANDARÍN 1 CR 6	CHINO MANDARÍN 2 CR 6	CHINO MANDARÍN 3 CR 6	CHINO MANDARÍN 4 CR 6	INGLÉS E1 CR 6	INGLÉS E2 CR 6	CONTRATOS INTERNACIONALES Y FORMAS DE PAGO* CR 6	ÉTICA Y EJERCICIO PROFESIONAL* CR 6	
ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA Y PROBABILIDAD CR 10	ESTADÍSTICA INFERENCIAL CR 10	LEGISLACIÓN DEL COMERCIO EXTERIOR* CR 7	MERCADOTECNIA CR 6	LOGÍSTICA INTERNACIONAL* CR 10	MERCADOS INTERNACIONALES* CR 10	ESTADÍSTICA PARA EL ANÁLISIS Y PRONÓSTICO CR 8	INVERSIÓN EXTRANJERA Y RIESGO PAIS* CR 6	GEOGRAFÍA ECONÓMICA APLICADA A LOS NEGOCIOS* CR 6	
FUNDAMENTOS DE MATEMÁTICAS 1 CR 10	FUNDAMENTOS DE MATEMÁTICAS 2 CR 10	SISTEMA FINANCIERO MEXICANO E INTERNACIONAL CR 7	NEGOCIOS INTERNACIONALES* CR 10	PROGRAMAS DE FOMENTO AL COMERCIO EXTERIOR* CR 6	MÉTODOS CUANTITATIVOS PARA LA TOMA DE DECISIONES CR 8	PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL* CR 7	NORMAS INTERNACIONALES DE CALIDAD* CR 6	OPERACIONES BANCARIAS Y DE SEGUROS INTERNACIONALES* CR 6	
FUNDAMENTOS ECONÓMICOS DE LOS NEGOCIOS* CR 8	MICROECONOMÍA 1 CR 10	MICROECONOMÍA 2 CR 10	MACROECONOMÍA 1 CR 10	MACROECONOMÍA 2 CR 10	PLANEACIÓN ESTRATÉGICA CR 6	SOFTWARE DE APLICACIÓN ESTADÍSTICA Y ADMINISTRATIVA CR 8	OPTATIVA 3, NÚCLEO INTEGRAL CR 6	OPTATIVA 4, NÚCLEO INTEGRAL CR 6	
					OPTATIVA 1, NÚCLEO SUSTANTIVO CR 6	OPTATIVA 2, NÚCLEO SUSTANTIVO CR 6			

ELEMENTOS QUE INFLUYEN PARA EL CÁLCULO DE LOS PRECIOS DE MERCADO INTERNACIONAL



PRECIO INTERNACIONAL.

Diseño de estrategia competitiva que permita generar un margen de ganancia superior a los costos (Vallado Fernández, S/A).



- El objetivos de fijación del precio internacional
Competir en los mercados de manera consistente y bien



Medio de comunicación con los comparadores



**EL CALCULO DE LOS PRECIOS SE VE INFLUIDA POR
DIVERSOS FACTORES TANTO INTERNOS COMO
EXTERNOS, ALGUNOS DE ELLOS SON:**

Factores de la empresa - Costos y volumen de producción, variación de los costos, envase, etiquetado y embalaje, etc.

Factores del mercado – Precios de referencia de la competencia, demanda, productos similares, segmento del mercado y clientes a los que va dirigido el producto o servicio.

Factores de logística – Gastos asociados con la comercialización, entre otros

FACTORES QUE INTERVIENEN EN LA FIJACIÓN DE PRECIOS

A) Controles gubernamentales:

En algunos países existen precios mínimos y máximos que pueden cobrarse al público.

Los gobiernos también prohíben el dumping, o sea, vender los bienes de importación a un precio menor que el costo que tienen en el país de origen.



B) Heterogeneidad de los mercados:

Los gustos y exigencias de los consumidores varían mucho en el mercado mundial. Las multinacionales fijan diversos precios a sus productos.

La calidad percibida del producto.

Las leyes fiscales y las actitudes ante las deudas. El precio debe absorber el impacto de las leyes fiscales y la disposición de la población a contraer deudas.



C) Fluctuaciones cambiarias: cuando venden sus productos en el extranjero, las multinacionales a veces terminan aceptando los riesgos que entrañan las fluctuaciones cambiarias. Es un riesgo particularmente importante cuando se ha establecido un rendimiento sobre la inversión, ya que no podrán conseguirlo en caso de que se devalúe la moneda del país anfitrión.

D) Factores del incremento de precios: tienden a incrementar el costo de los bienes importados. Los aumentos de precios por parte de la multinacional pueden repercutir profundamente en lo que paga el consumidor; mientras siga exportando en vez de producir en el país de origen, el precio constituirá la principal consideración de marketing por su efecto en la demanda.



CLASIFICACIÓN DE LOS PRECIOS EN EL MERCADO.

Tipo de precio	Utilidad
Precio bajo	Establecer una presencia en el mercado de manera rápida. Cuando no existirá un compromiso de largo plazo con el mercado.
Precio moderado	Tratar de igualar los precios de los competidores. Establecer una buena posición en el mercado y generar un margen de ganancias razonable.
Precio alto	Posicionar un producto nuevo en el mercado. Generar un alto nivel de ganancias.
Precio máximo	Generar prestigio en el producto o servicio ofrecido. Obtener mayores beneficios en términos de ganancias.
Precio de penetración	Penetrar en un mercado cerrado y con dominio de la competencia, por esta razón los precios que se fijan suelen ser bajos.
Precio de lanzamiento	Lanzar un producto al mercado con carácter de oferta. Generar un posterior aumento del precio sin generar controversia en los clientes.

TAMBIEN, LA FIJACIÓN DE LOS PRECIOS GENERALMENTE ES REALIZADA POR LA EMPRESA EN BASE AL PRECIO MEDIO DE LA MERCANCÍA DE LA COMPETENCIA

Cuando se decide establecer un precio determinado, en base de diferentes análisis, el producto o servicio se encuentra en el mercado y se comienza a establecer una relación con los compradores.

Tanto comprador como vendedor deben tener certeza de los precios máximos y mínimos que están dispuestos a ofrecer, si alguno de ellos intenta sobre pasar esos límites, existe una gran posibilidad de que la negociación nunca se concrete.

Zona de posible acuerdo.

DE ACUERDO CON CARRETO (2008), ALGUNAS DE LAS ESTRATEGIAS DE FIJACIÓN DE PRECIOS PUEDEN SER LAS SIGUIENTES:

- ✓ **Fijación de precios en función del costo.**
- ✓ **Fijación de precios según el análisis de punto de equilibrio y utilidades meta**
- ✓ **Fijación de precios según el análisis de punto de equilibrio y utilidades meta**



Fijación de precios en función del costo. Se calcula un costo para cada unidad de producción y se le agrega un porcentaje para obtener un margen de beneficio. El vendedor no tendrá que ajustar los precios cuando se generen variaciones de la demanda

Fijación de precios según el análisis de punto de equilibrio y utilidades meta.

Fijación de precios basados en la demanda.



PARA EVITAR LA SITUACIÓN DE PÉRDIDAS, ES RECOMENDABLE QUE LA EMPRESA IMPLEMENTE ALGUNA DE ESTAS ESTRATEGIAS

1.- Discriminación de precios – Se vende el mismo producto a distintos precios,.

Experimentación
– Se establecen varios precios para un mismo producto durante determinado tiempo con para medir el impacto de demanda.

3.- Intuición – Los precios se fijan en base a la presunción que tenga la empresa sobre los efectos que generarán en la demanda de mercado.

CONTINUACIÓN...

Fijación de precios en función del comprador.

Fijación de precios basados en la competencia.



ILUSTRACIÓN 1 PROCESO PARA LA FIJACIÓN DE PRECIOS INTERNACIONALES



De acuerdo con el Instituto Superior SISE (S/A), existe una manera de simplificar el proceso que comúnmente es utilizado para fijar los precios internacionales



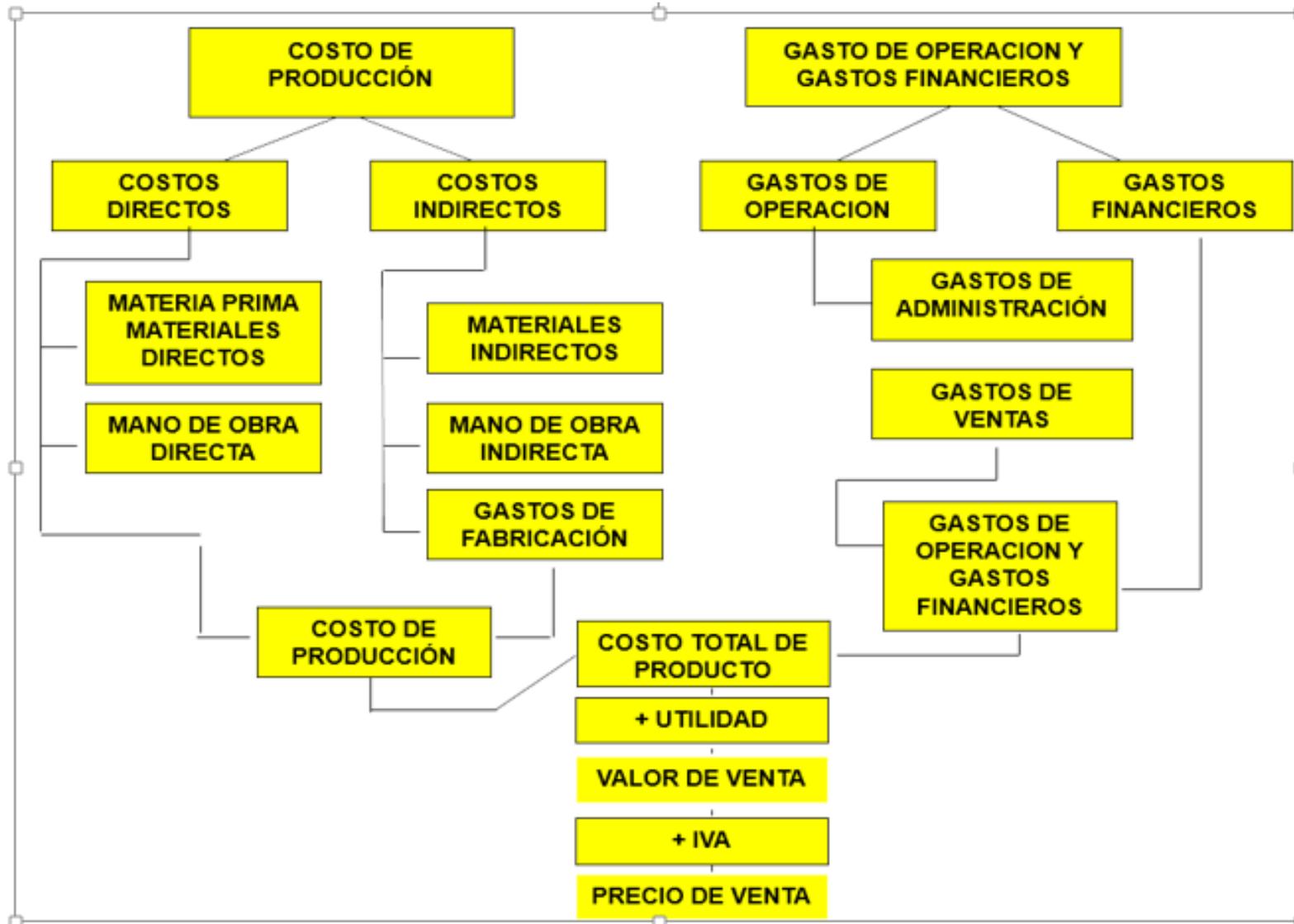
PARA FIJAR LOS PRECIOS INTERNACIONALES SERÁ NECESARIO EFECTUAR UN ESTUDIO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN, PROMÉXICO (2010)

Costos internos de la empresa.

- 1.- Costos de producción directa e indirecta.
- 2.- Costos fijos
- 3.- Costos variables



CLASIFICACIÓN DE COSTOS INTERNOS DE LA EMPRESA



COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN.

Costos en los cuales la empresa (o alguna parte implicada en el proceso) incurrirá al momento de comercializar su producto, el envase y embalaje, transporte, agente aduanal, maniobras, etc



TODOS ESTOS COSTOS PUEDEN SER ASOCIADOS A DIFERENTES INCOTERMS

Costo en el país de origen	INCOTERM
Embalaje	No aplica
Carga en almacén de salida	EXW
Envío al puerto	EXW
Trámites en la aduana	No aplica
Terminal de salida	EXW
Costos internacionales	INCOTERM
Transporte internacional	FCA, FAS, CFR, FOB
Seguro de transporte	CIF, CIP
Costos en el país destino	INCOTERM
En el puerto	FOB
Trámites aduaneros	DDP
Envío a la fábrica o almacén de destino	EWX, CPT, DAT, DDP
Descarga en fábrica o almacén de destino	DAT, DAP, DDP

Fuente: Elaboración con información de PROMÉXICO (2010) y PROCOMER (2010).

LOGÍSTICA.

Durante el proceso de logística intervienen principalmente tres principales proveedores de servicios logísticos (Sekiguchi, 2008).

- 1.- Empresas transportistas
- 2.- Agentes aduanales
- 3.- Empresas proveedoras



OTROS COSTOS.

1.- Costos de mantenimiento de exigencias-
Engloba los gastos de capital y de almacenamiento físico, comisiones, publicidad, viajes de promoción, ventas, etc.

2.- IVA- Este impuesto es considerado cuando se realiza la compra de insumos al proveedor, sin embargo, en términos de exportación los productos quedan exentos del mismo.

3.- Comisiones sobre ventas.



COTIZACIÓN.

Para poder cotizar se requiere determinar un precio unitario de los artículos que se ofrecen al mismo tiempo que se toma en cuenta toda la información de la divisa en la que se va a cotizar.

El procedimiento para realizar cotizaciones internacionales es el siguiente:

1 Elaborar bases de cotización- Se deben tomar en cuenta

Las medidas internas y capacidad del contenedor,

Las medidas de envase y embalaje de la mercancía así como su respectivo peso,

El espacio libre obtenido después de realizar el cubicaje correspondiente.

Conocer de manera detallada las regulaciones de transporte



2 Determinar la utilidad-

La empresa tome en consideración diversos factores como la tasa de interés, inflación, tendencias de mercado, estrategia comercial propia y de la competencia



3.- COTIZAR SERVICIOS LOGÍSTICOS

Se deben incluir todos los gastos relacionados con los servicios utilizados por la empresa (agente aduanal, transporte, seguros, honorarios, precios).

Se evalúan los diversos medios de transporte y proveedores que pueden ser utilizados, se realizan negociaciones para obtener el precio óptimo de los mismos.



4.- DETERMINAR EL COSTO POR UNIDAD PARA CADA SERVICIO LOGÍSTICO-

Se obtiene de la división del costo total del servicio entre la cantidad de unidades de cotización a transportar. Cuando se involucran porcentajes, la cantidad base es tomada para realizar el cálculo.



Para calcular el valor exacto del costo generado por el empaque y embalaje hasta la entrega en el canal de comercialización, se usa el indicador de empaque, que es el siguiente:

$$IE * \\ = \left(\frac{\text{Precio de caja de empaque}}{\text{Precio del producto por caja en destino}} \right) * 100$$



Para medir el desempeño y evolución de los costos y tiempos de transporte en las cadenas logísticas de exportación se hace uso de las siguientes fórmulas:

$$CTL * 1 = \left(\frac{\textit{Costo de flete}}{\textit{Precio de venta en destino}} \right) * 100$$



$$CTL * 2 = \left(\frac{\text{Flete de transporte}}{\text{Kilómetros}} \right)$$

$$CTL * 3 = \left(\frac{\text{Flete de transporte}}{\text{Toneladas - Kilómetros}} \right)$$

$$\text{Velocidad de traslado} = \left(\frac{\text{Kilómetros}}{\text{Tiempo OD}} \right)$$

Tiempo O-D incluye tiempo de embarque, almacenamiento, transporte, espera/hora.



$$\textit{Vida de mercado} = \left(\frac{\textit{Tiempo de transporte}}{\textit{Vida de anaquel}} \right)$$



La medición **de mermas** resulta ser importante debido a que se registra en la contabilidad de las empresas como pérdidas y además sirve como un indicador de desempeño de las cadenas de exportación. Su cálculo es el siguiente:

$$Mermas = \left(\frac{Cajas\ pagadas}{Cajas\ enviadas} \right) * 100$$



TAMBIÉN EXISTEN DOS FACTORES QUE MIDEN EL PROCESO DE LOGÍSTICA EN FRONTERAS Y PUERTOS

El primero se refiere al peso que tienen los procesos de frontera en el precio del embarque colocado en la bodega del cliente

- $IDL = \left(\frac{\text{Costo del cruce de frontera}}{\text{Valor del embarque}} \right)$



El segundo hace referencia al tiempo de permanencia del embarque en frontera o puerto de salida. Se calculan de la siguiente manera:

$$\text{Estadía} = \left(\frac{\text{No. de embarque por mes}}{\text{Días, horas de permanencia en frontera o puerto}} \right)$$



DOCUMENTOS CONSULTADOS

- Carreto, J. (2014). *Métodos utilizados para la fijación de precios*. Obtenido de Investigación de mercados: <http://uproimni.blogspot.mx/2008/03/mtodos-utilizados-para-la-fijacin-de.html>
- Instituto Nacional de Comercio Exterior y Aduanas. (2015). *Instituto Nacional de Comercio Exterior y Aduanas*. Obtenido de <http://www.comercioyaduanas.com.mx/>
- Morales, d. l. (2005). *Cadenas logísticas de exportación* . Obtenido de Instituto Mexicano del Transporte: <http://www.imt.mx/archivos/Publicaciones/PublicacionTecnica/pt276.pdf>
- PROCOMER. (2010). *Términos Comerciales Internacionales (INCOTERMS)*. Obtenido de Dirección de Inteligencia Comercial PROCOMER: <http://procomer.com/downloads/quiero/INCOTERM-2010-IC.pdf>
http://www.aon.com/argentina/attachments/piezas/howto_amcham_comercio_exterior.pdf
- SISE. (S/A). *Precios y cotizaciones internacionales*. Obtenido de Instituto SISE: http://www.academia.edu/7317262/PRECIOS_Y_COTIZACIONES_INTERNACIONALES_CONTENIDO_3_COSTOS_DE_EXPORTACION
- http://www.asohofrucol.com.co/archivos/biblioteca/biblioteca_184_Oportunidad%20Frut%C3%ADcola%20de%20Colombia.pdf
- Vallado Fernández, R. (S/A). *Precios Internacionales*. Obtenido de Universidad Autónoma de Yucatán: www.contaduria.uady.mx/files/material-clase/raul-vallado/

