COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO

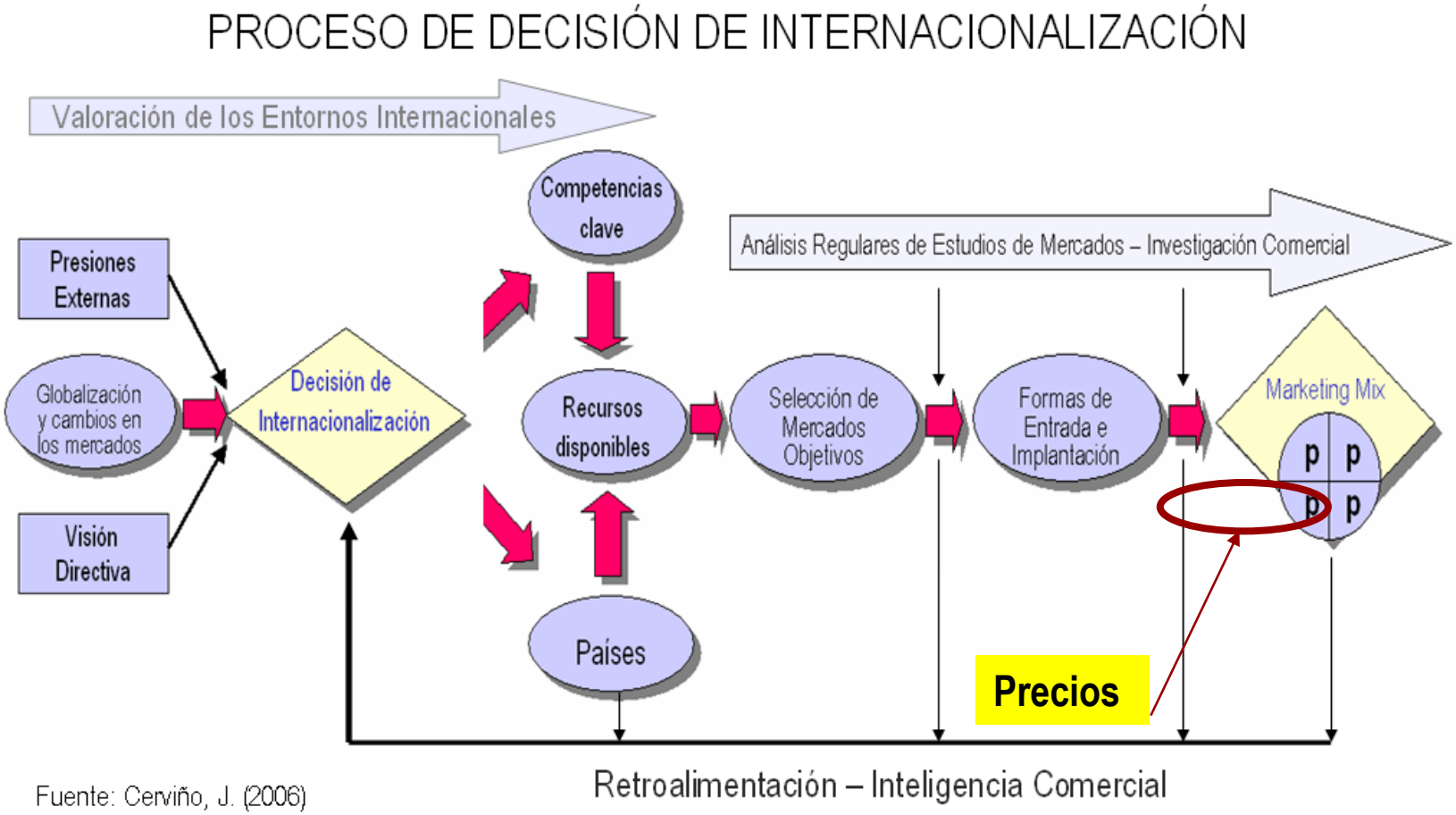
MIERCOLES DEL EXPORTADOR

COMO VERIFICAR LOS PRECIOS Y TENDENCIAS DE MI PRODUCTO EN EL MERCADO INTERNACIONAL

MBA Luis Enrique Méndez
lmendez@camexperu.org.pe

Lima, 21 de mayo 2014

INTRODUCCIÓN



Fuente: Cerviño, J. (2006)

Precio

DEFINICIÓN: Estimación cuantitativa de un producto en unidades monetarias.

- Expresa la aceptación o no del consumidor del conjunto de atributos del producto, en relación a la capacidad que tiene el producto para satisfacer sus necesidades.
- El Precio más adecuado de un producto debe ser menor que el **VALOR PERCIBIDO por el** consumidor. En otras palabras, el cliente “debiera” estar dispuesto a pagar más.

Fijación de precios internacionales

DEPENDE DE:

1.- Objetivos de la empresa

2.- Costos

3.- Elasticidad de la Demanda

4.- VALOR PERCIBIDO POR LOS CLIENTES

5.- Precios de la competencia

6.- Volúmenes de producción en el mercado y Canales de Distribución

7.- ESTACIONALIDAD

Política internacional de precios

El precio es un equilibrio entre los costes de producción y venta del producto y las exigencias del mercado. Cuanto más alejados estén los costes del precio de mercado, más fuerte y centrada en otras variables del marketing será la política de la empresa. El precio de mercado es aquel que hace un producto vendible, al precio medio de la competencia, en un segmento dado. Llegar a establecer el precio de mercado de un producto no es tarea fácil y menos todavía si pretendemos colocarlo en el mercado internacional, ya que el número de variables intervinientes se incrementa. Entre otras, citamos:

· Costes de fabricación.

· Contribución a los gastos generales.

· Recuperación de la inversión en I+D+i.

· Costes de logística.

· Seguros de transporte, de riesgos comerciales y políticos.

· Derechos aduaneros e impuestos locales.

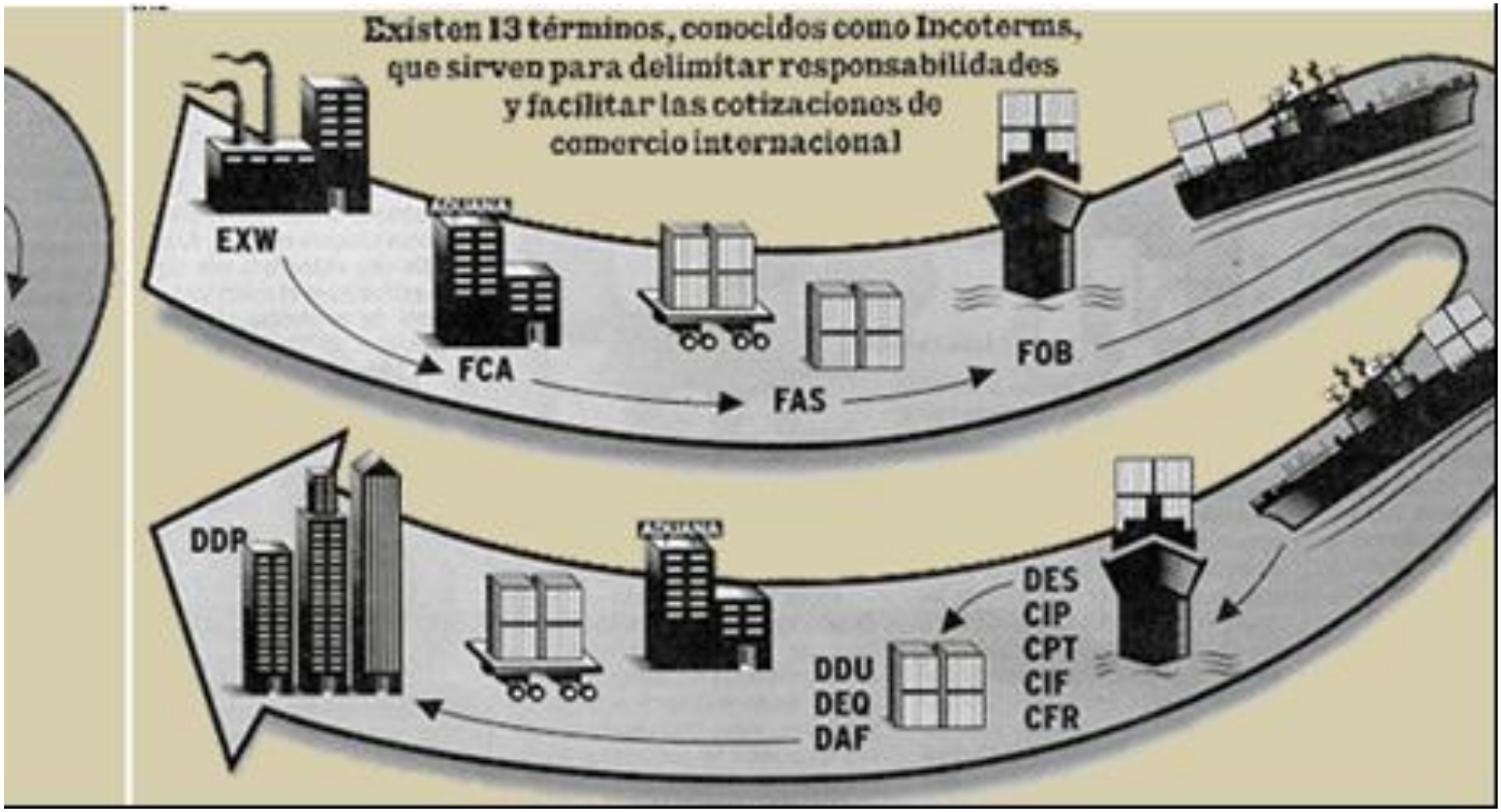
· Costes de investigación de mercados y marketing.

· Costes de comercialización.

· Coste de los créditos.

· Etcétera.

PARA ELLO DEBEMOS CONTROLAR LA DFI



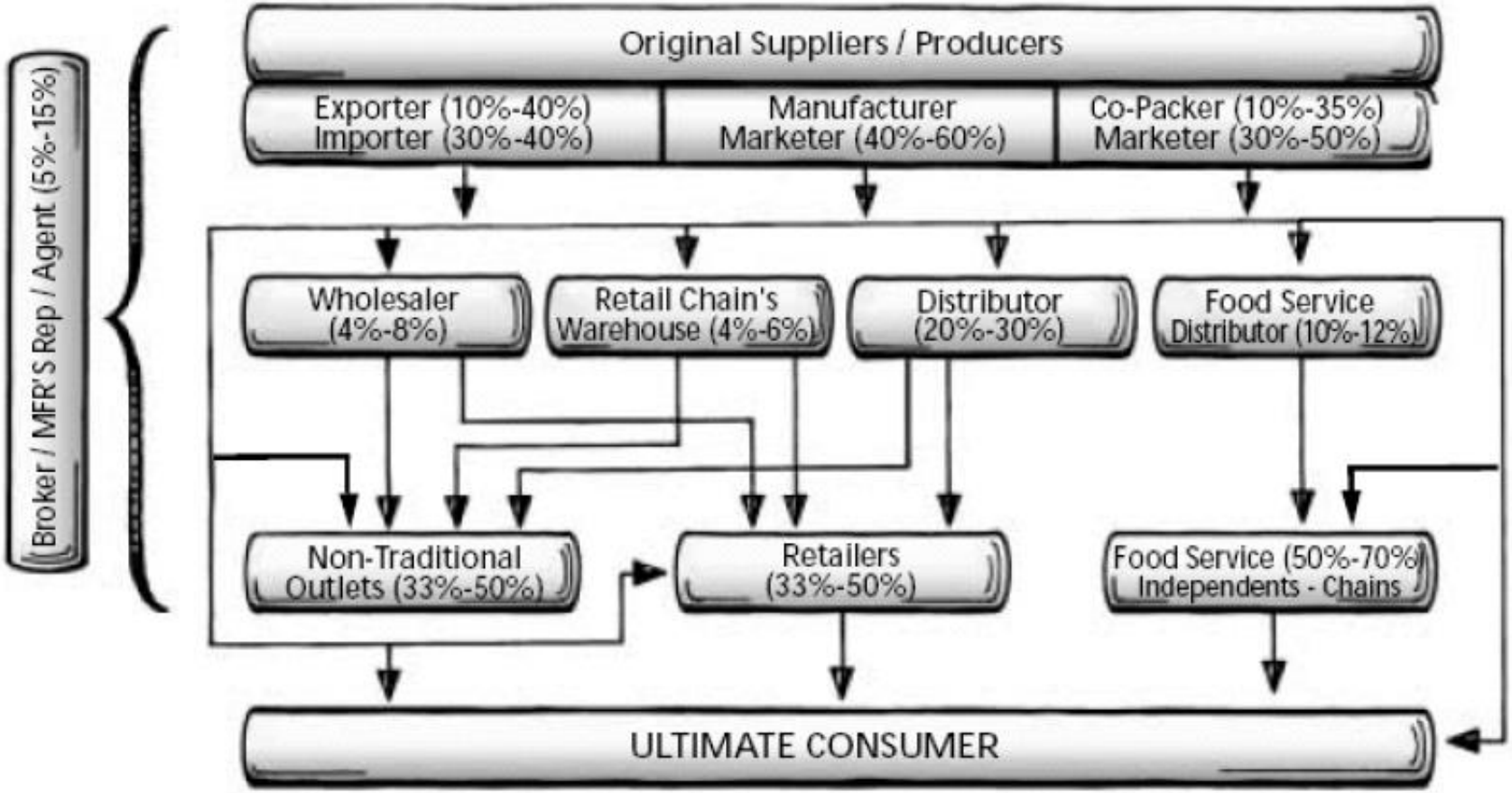
Centro de Iternacionalización Empresarial

CONTROLAR LA DISTRIBUCION FISICA INTERN.

COSTES DE LA EXPORTACION			
Precio Ex Works	**82.081**	**Dolares**	
Gastos FOB	2.052	Dolares	
Gastos ag adu origen	30	Dolares	
Precio FOB	**84.163**	**Dolares**	
Peso volumétrico			443
Peso físico			24.624
Flete	11.550	Dolares	
FCLA	116	Dolares	
BAF	693	Dolares	
Congestion Surcharge	347	Dolares	
Collect Surcharge	289	Dolares	
CAF	578	Dolares	
Precio CFR	**97.734**	**Dolares**	
Seguro (máx cobertura)	782	Dolares	
Warehouse to warehouse	98		
Derecho de emisión	32		3%
Precio CIF	**98.841**	**Dolares**	
Agente aduana destino	100	Dolares	
Precio DDU	**98.941**	**Dolares**	
Aranceles	0		
IVA	6.926	Dolares	
Precio DDP	**105.867**	**Dolares**	
Costes financieros	2.469		9%
Precio de venta	**108.336**		

Controlar los canales de comercialización

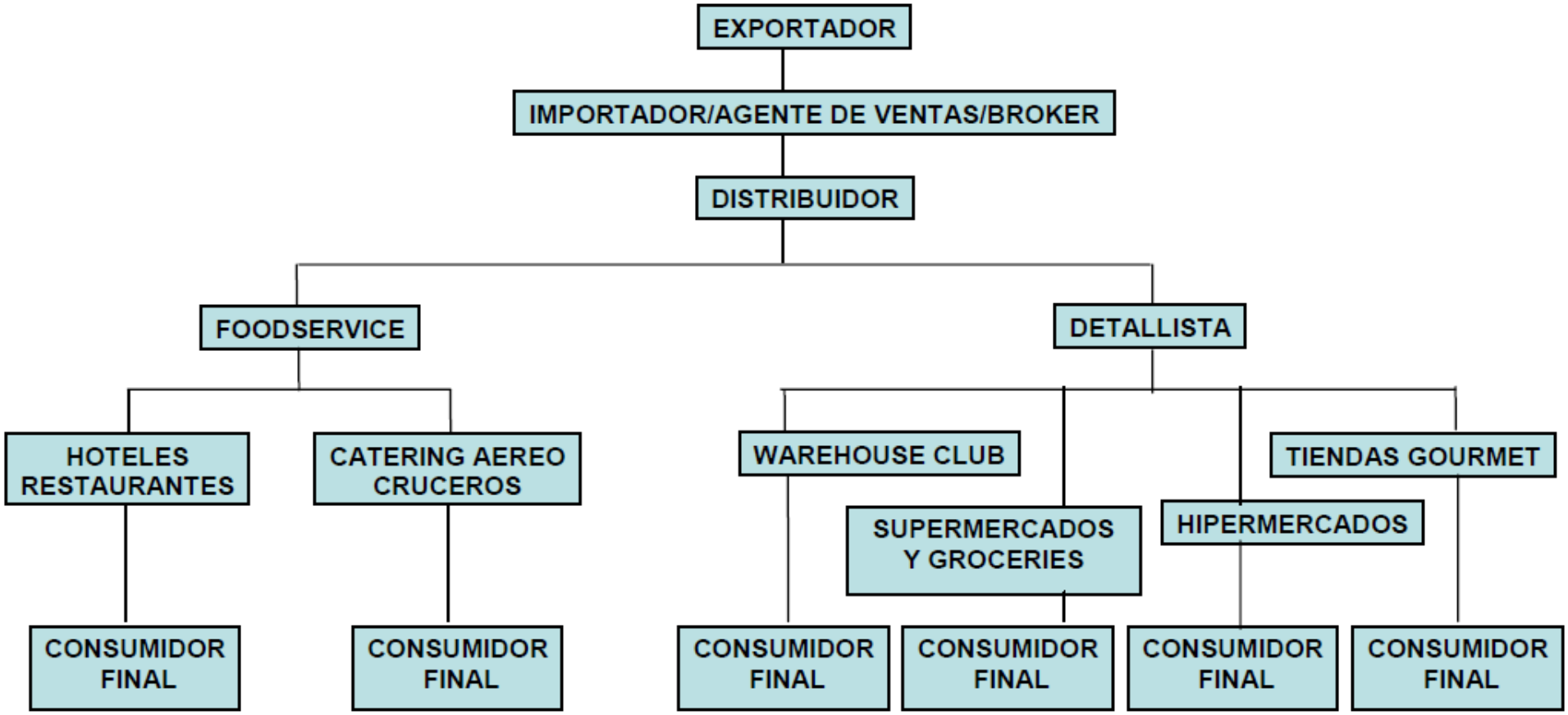
DIAGRAMA DE MARGENES EN LA CADENA DE DISTRIBUCION



©The Specialty Food Business: The Basics.

Centro de Iternacionalización Empresarial

DIAGRAMA DE FUNCIONAMIENTO CANALES DE DISTRIBUCIÓN



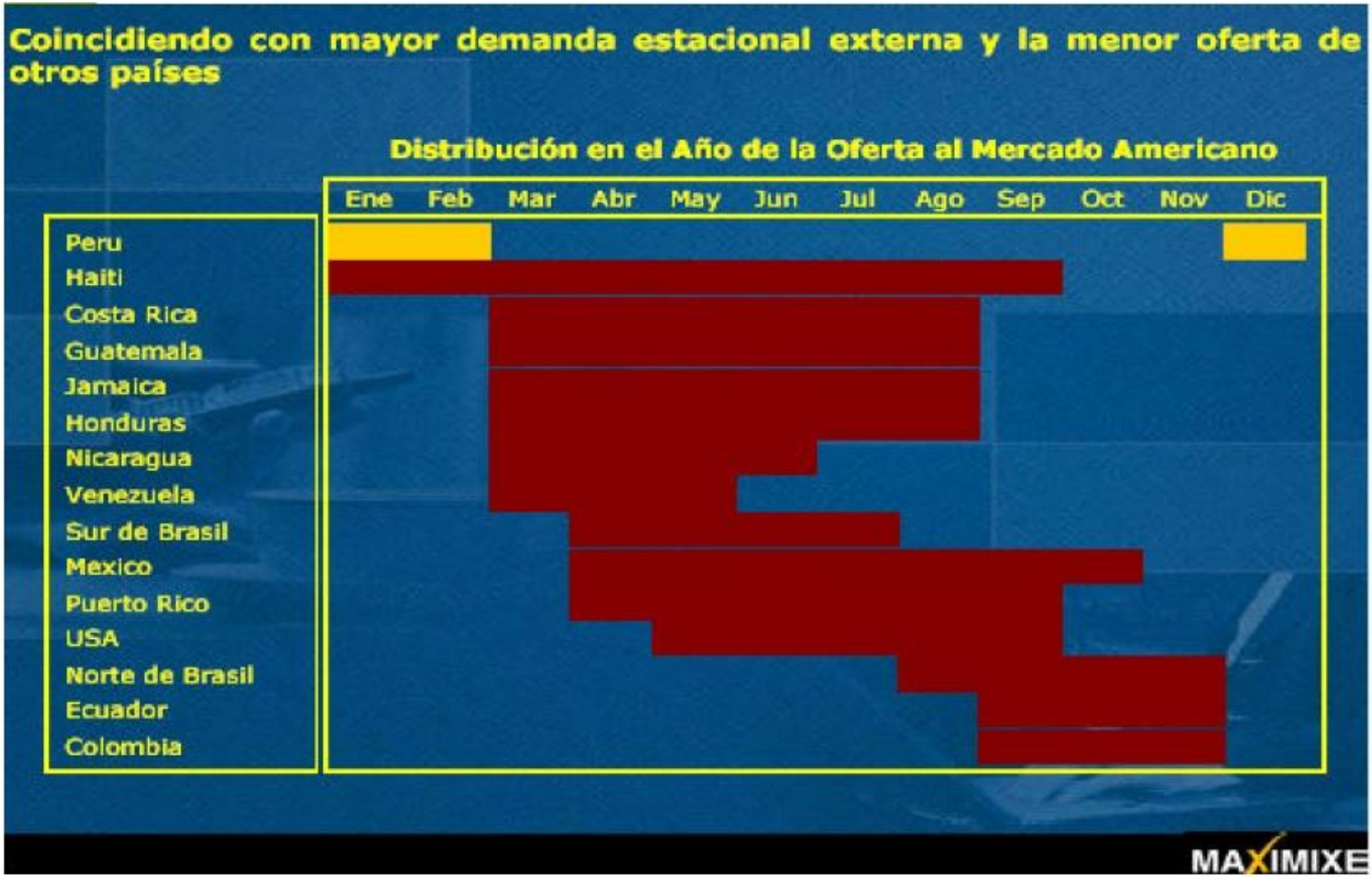
Centro de Internacionalización Empresarial

Precios consumidor final – Hamburgo/Alemania –Noviembre 2009

Almendras enteras sin cáscara

Lugar de compra (Nombre del supermercado)	**Empresa/ Marca**	***Productos***	**Envase**	**Origen**	**Precio en Euro**
Karstadt (Perfetto Feinkost) www.karstadt.de	Eurogroup	Almendras enteras con piel	bolsa de 200 grs	s/i	1,19
Karstadt (Perfetto Feinkost) *www.karstadt.de*	Seeberger	Almendras enteras con piel	bolsa de 200 grs	EE.UU. Australia	2,99
Karstadt (Perfetto Feinkost) www.karstadt.de	Seeberger	Almendras enteras sin piel	bolsa de 200 grs.	s/i	3,99
Karstadt (Perfetto Feinkost) www.karstadt.de	Modern food	Almendras enteras sin piel	bolsa de 150 grs	California	2,99
Rossmann Drogería www.rossmann.de	Enerbio (marca propia)	**orgánicas** Almendras enteras con piel	bolsa de 200 grs	s/i	2,99
Budnikowsky Drogería www.budni.de	Alnatura	**orgánicas** Almendras enteras con piel	bolsa de 200 grs	Italia	2,99

Estacionalidad del Mango



Centro de Iternacionalización Empresarial

ESTRATEGIA INTERNACIONAL DE PRECIOS

VARIABLES QUE DETERMINAN EL PRECIO DE EXPORTACIÓN

- VARIABLES DE EMPRESA
  - **Costes**
  - **Objetivos**
  - **Marketing mix**
- VARIABLES DE MERCADO.
  - **Demanda**
  - **Competencia**
  - **Barreras Legales**
  - **Dumping**
  - **Tipos de cambio**
  - ***"Made in"***
- VARIABLES DE PRODUCTO.
  - **Ciclo de vida internacional del producto**

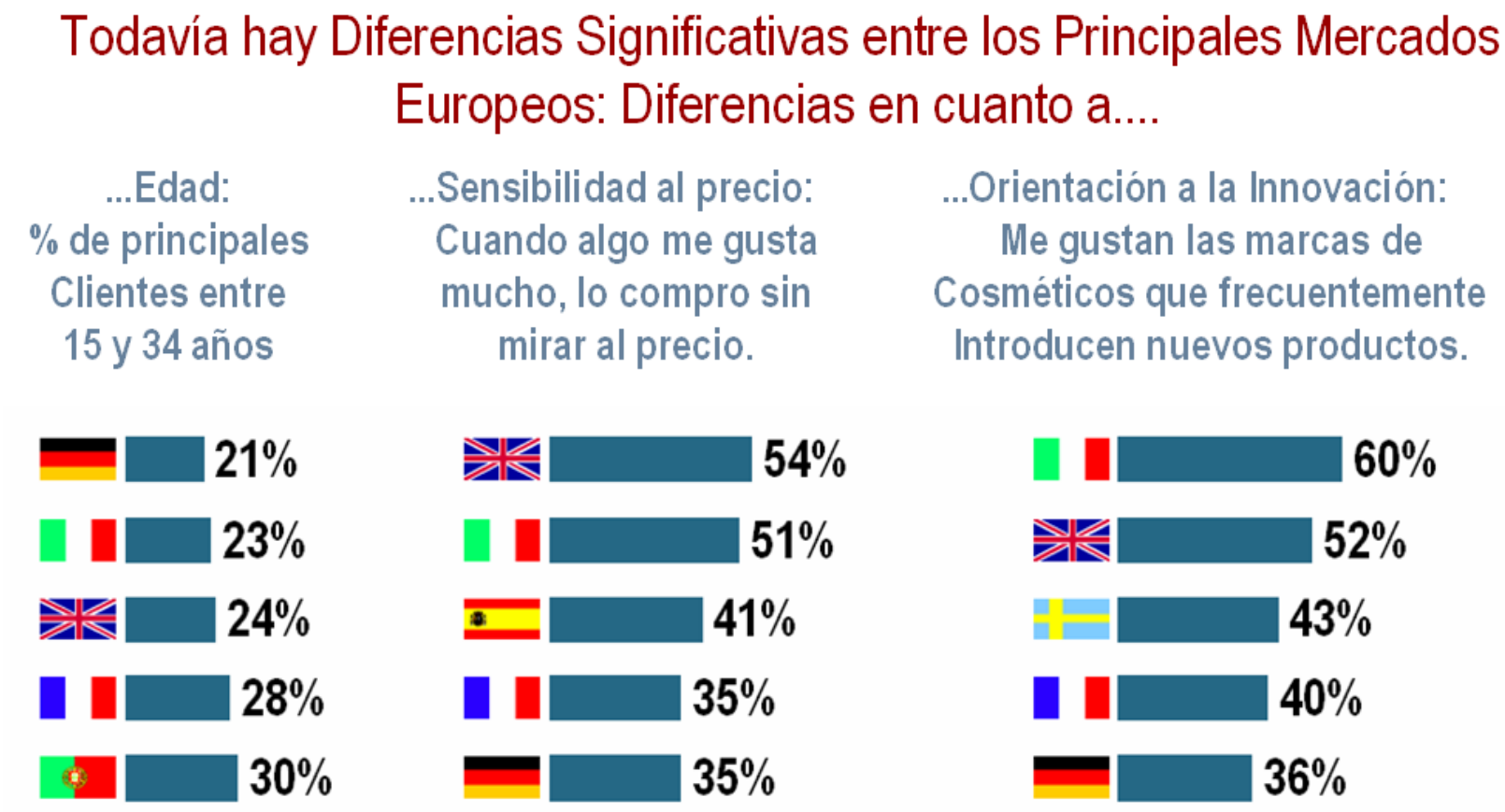
Centro de Iternacionalización Empresarial

Decisiones de Precios Internacionales: Aspectos relevantes

- ✓ **Los costes del producto**
  - ✓ Coste del producto
  - ✓ Costes logísticos
  - ✓ Costes de distribución
- ✓ **La demanda del mercado** – sensibilidad al precio y política de posicionamiento
- ✓ **La competencia en el mercado**
  - ✓ Tamaño y fuerza de los competidores
  - ✓ Concentración y poder de los distribuidores
  - ✓ Análisis de los márgenes de cada eslabón de la cadena – escandallo de precios
- ✓ **Otros:** Tipos de cambio, posicionamiento de la marca, objetivos,corporativos, inflación, regulaciones y reglamentaciones…

Decisiones de Precios Internacionales

Diferentes sensibilidades de la demanda a los precios



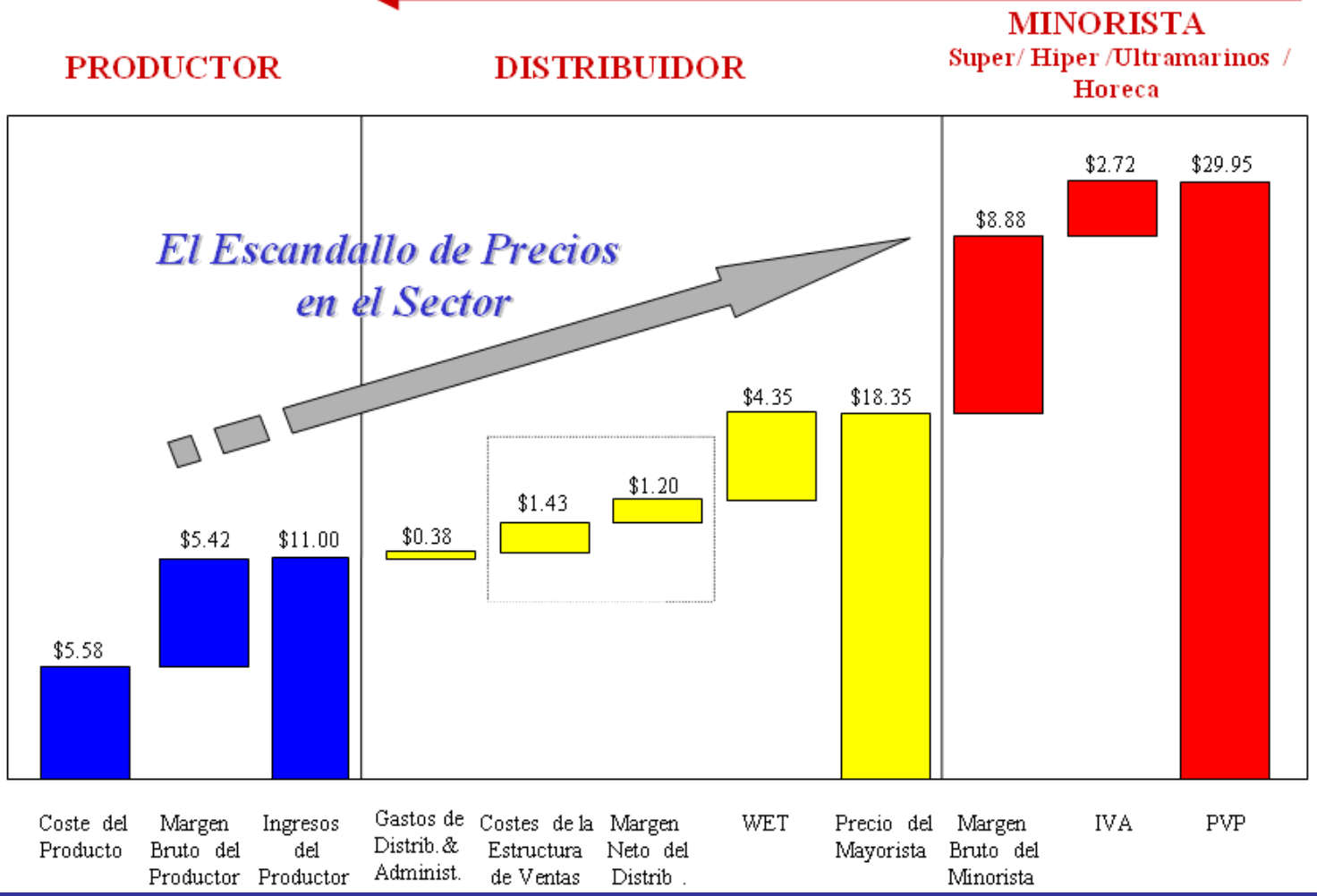
Fuente: Roland Berger, septiembre 2003

Decisiones de Precios Internacionales

Análisis de Precios de la Competencia: El escandallo hacia atrás

Precio CIF — PVP

Escandallo de precios hacia atrás – Análisis Competitivo



Centro de Iternacionalización Empresarial

DETERMINACIÓN DE PRECIOS INTERNACIONALES

FACTORES A TENER EN CUENTA EN LA DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE EXPORTACIÓN.

- LA MONEDA.
- LOS INCOTERMS.
- LOS PLAZOS Y MEDIOS DE PAGO.

FIJACIÓN DE PRECIOS EN FUNCIÓN DE LOS PRECIOS DOMÉSTICOS.

- PRECIOS EXPORTACIÓN MENORES QUE LOS DOMÉSTICOS
- PRECIOS DE EXPORTACIÓN MAYORES QUE LOS DOMÉSTICOS
- PRECIOS DE EXPORTACIÓN IGUALES A LOS DOMÉSTICOS

FIJACIÓN DE "PRECIOS DIFERENCIADOS" DE LOS PRECIOS DOMÉSTICOS.