



Ecuador – Junio 2017 - ISSN: 1696-8352

## DISEÑO DE UN MECANISMO DE CONTROL DE PRECIOS EN LAS EXPORTACIONES AL DESARROLLAR UN MERCADO NICHOS

**Alexander Pavel Cedeño Velasco<sup>1</sup>**

Universidad de Guayaquil

[Alexander.cedenove@ug.edu.ec](mailto:Alexander.cedenove@ug.edu.ec)

**Juan Emilio Balás León<sup>2</sup>**

Universidad Politécnica Salesiana

[jbaldas@ups.edu.ec](mailto:jbaldas@ups.edu.ec)

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Alexander Pavel Cedeño Velasco y Juan Emilio Balás León (2017): "Diseño de un mecanismo de control de precios en las exportaciones al desarrollar un mercado nicho", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, Ecuador, (junio 2017). En línea:

<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/control-precios-ecuador.html>

### Resumen

El presente trabajo analiza el diseño de un mecanismo de control de precios que permite evitar la destrucción de mercados nichos, de manera que tanto los actores nuevos como antiguos puedan participar en condiciones de competitividad para el desarrollo de nuevas oportunidades de negocios en mercados foráneos. La investigación se centra en Ecuador y su esfuerzo por desarrollar una nueva matriz productiva, lo que conlleva a la aplicación de prácticas de comercio justo que fomenten la participación activa de pequeños y medianos productores. La primera parte de este trabajo incluye una presentación de los antecedentes del trabajo, presentación del problema y descripción de la metodología. La segunda parte muestra el modelo sugerido y la tercera parte se centra en las conclusiones del trabajo.

**Palabras Clave:** Nicho de Mercado, Comercio Exterior Ecuatoriano, Exportación

### Abstract

The present work analyzes the design of a price control mechanism that allows avoiding the destruction of niche markets, so that new and old players can participate in competitive conditions for the development of new business opportunities in foreign markets. The research focuses on Ecuador and its effort to develop a new productive matrix, which entails the application of fair trade practices that encourage the active participation of small and medium producers. The first part of this work includes a presentation of the background of the work, presentation of the problem and description of the methodology. The second part shows the suggested model and the third part focuses on the conclusions of the work.

**Keywords:** Niche Market, Foreign Trade, Export

<sup>1</sup> Magíster en Administración de Empresas, docente Universidad de Guayaquil.

<sup>2</sup> Magíster en Administración de Empresas, docente Universidad Politécnica Salesiana Sede Guayaquil.

## **Introducción**

El futuro de la población Ecuatoriana está en riesgo, inclusive se puede decir que es perjudicial para las generaciones del presente, dado que el gobierno saliente ha asignado de manera irresponsable un manejo administrativo público que resulta para los próximos gobiernos muy deplorable, más aun cuando en la actualidad el gobierno no tiene la capacidad de recaudación de ingresos como en el pasado, y no hay direccionamiento del sector productivo industrial, entonces bajo esas consecuencias es un reto para el próximo gobierno el poder gestionar y poder justificar un cambio tan profundo con respecto a la crisis que estamos atravesando, pero de alguna manera ya lo hemos demostrado en el pasado, lo demostró el Ing. Lucio Gutiérrez cuando el cogió una economía devastada que fue justamente la crisis del feriado bancario, una situación que hoy por hoy nos damos cuenta que estamos atravesando de igual manera por irresponsabilidad del manejo administrativo público de la economía. Este gobierno ha incrementado bruscamente el tamaño del estado, ha acrecentado bruscamente la responsabilidad, y eso lamentablemente con el tiempo le ha generado la factura, y pensamos y estamos convencidos de que haciendo bien las cosas de manera sensata podemos justificar este cambio y salir de esta crisis.

Acorde a la estrategia que desarrolla el país a nivel de la matriz productiva cuyo objetivo al hablar de temas de Comercio Exterior, es el desarrollo de las exportaciones y la regularización de las importaciones, las exportaciones es cuando se venden productos a un mercado internacional y se recibe una cantidad monetaria por dicha transacción, mientras las importaciones es cuando se compran productos en un mercado internacional y se desembolsa una cantidad monetaria.

La Estrategia Nacional para el Cambio de la Matriz Productiva se implementa mediante herramientas de planificación, acciones públicas (definidas por distintos niveles de gobierno) y por acciones privadas. Las cadenas productivas responden a un enfoque metodológico integral que permite complementar esfuerzos en industrias, productos y servicios para aprovechar las capacidades y potencialidades identificadas en el territorio. (Vicepresidencia de la República del Ecuador, 2017)

Viendo este aspecto lo más favorable para el país sería el desarrollo de las exportaciones, según datos del Ministerio de Comercio Exterior el principal producto de exportación es el petróleo y luego le sigue productos como banano, camarón, atún, rosas, oro, cacao, aceite de palma, preparaciones de pescado, extractos de café, harina y otros productos que son representativos. Esta información se presenta en la siguiente ilustración.

Subpartida	Descripción	Unidades	Ene-Dic			Variación		Part. 2013
			2011	2012	2013	2011 - 2012	2012 - 2013	
0903.00.12.00*	BANANAS FRESCAS TIPO «CAVENDISH VALERY»	Rob Miles USD	2.145.597	1.992.494	2.263.727	-7.14%	13.61%	19.98%
		Toneladas	5.361.836	4.961.192	5.307.841	-7.65%	8.36%	60.12%
0306.13.91.00*	LOS DEMÁS CAMARONES CONGELADOS	Rob Miles USD	1.100.493	1.255.571	1.466.267	14.09%	16.91%	12.59%
		Toneladas	174.952	206.277	181.967	17.31%	-11.40%	2.48%
1804.14.10.00	ATUNES EN CONSERVA	Rob Miles USD	567.533	821.768	598.109	47.21%	-21.50%	8.23%
		Toneladas	122.677	152.100	171.464	24.05%	12.73%	1.64%
0903.11.00.00	ROSAS FRESCAS CORTADAS	Rob Miles USD	501.747	633.332	610.459	6.30%	-3.46%	5.59%
		Toneladas	87.275	87.836	117.494	0.71%	33.99%	1.09%
7108.12.00.00	LAS DEMÁS FORMAS DE ORO EN BRUTO PARA USO NO MONETARIO	Rob Miles USD	131.583	367.101	420.235	194.19%	3.56%	3.88%
		Toneladas	4	11	357	192.21%	290.33%	0.02%
1801.00.19.00	CACAO EN GRANO CRUDO, LOS DEMÁS EXCEPTO PARA SIEMBRA	Rob Miles USD	473.303	344.807	427.067	-27.10%	23.80%	3.66%
		Toneladas	158.404	146.803	174.352	-7.25%	18.90%	1.71%
1511.10.00.00	ACEITE DE PALMA EN BRUTO	Rob Miles USD	220.480	212.480	140.172	-3.63%	-34.00%	2.13%
		Toneladas	167.892	202.207	146.890	7.30%	-28.46%	2.44%
1804.20.00.00	LAS DEMÁS PREPARACIONES Y CONSERVAS DE PESCADO	Rob Miles USD	241.494	209.914	213.370	-13.08%	1.66%	2.10%
		Toneladas	50.546	37.415	38.823	-25.96%	3.76%	0.62%
2101.11.00.00	EXTRACTOS, ESSENCIAS Y CONCENTRADOS DE CAFÉ	Rob Miles USD	143.167	186.579	190.132	29.63%	2.46%	1.89%
		Toneladas	20.340	23.543	24.432	16.75%	3.77%	0.28%
2301.20.11.00	HARINA DE PESCADO CON CONTENIDO DE GRASA SUPERIORA 2% EN PESO	Rob Miles USD	117.151	113.439	145.021	-3.17%	27.84%	1.14%
		Toneladas	89.491	92.472	102.458	3.33%	10.90%	1.12%
DEMÁS PRODUCTOS		Rob Miles USD	3.744.692	3.916.994	3.989.239	4.60%	1.77%	39.28%
		Toneladas	2.259.939	2.354.796	2.494.309	4.20%	5.90%	28.43%
TOTALES		Rob Miles USD	9.377.431	9.572.500	10.949.911	0.30%	13.61%	100.00%
		Toneladas	8.543.304	8.284.143	8.794.014	-3.02%	5.79%	100.00%

\* La subpartida 0903.00.12.00 ha cambiado de nomenclatura por la V enmienda a la subpartidas 0903.60.11.00

\* La subpartida 0306.13.91.00 ha cambiado de nomenclatura por la V enmienda a la subpartidas 0306.19.00.00, 0306.17.91.00, 0306.17.99.00

## Ilustración 1. Principales productos no petroleros exportados por Ecuador

Fuente: Banco Central del Ecuador, 2017

Entre los demás productos están las artesanías, que son muy cautivantes en mercados extranjeros ya que mucho de los turistas que visitan el país, llevan este tipo de producto como recuerdo para sus familiares por ser productos novedosos, y se transforma como primer paso del desarrollo de la exportación que muchas veces se llama venta ocasional porque de ser una simple venta local se transforma en una venta internacional.

Muchos emprendedores por medio de estos contactos o los propios familiares que se encuentran en el exterior (Kantis, Gonzalo y Álvarez, 2014) generan la exportación donde estos le suman valores agregados como por ejemplo envoltura de empaque, diseños relevantes con mezcla de otros materiales, dando una variabilidad distinta a la que se vende localmente, permitiendo poner nuevos precios que suman ese valor agregado que muchas veces le llamamos ventas ocasionales hasta que el comprador solicita mucha más cantidades de productos convirtiendo en exportaciones (Medaura, 2013).

En cuanto a un nicho de mercado es un mercado cautivo no explotado, donde al ingresar con un producto que nunca se ha comercializado, viene a ser el colonizador en cuanto a la demanda del producto (Campos y Ortega, 2013), permitiendo con esto, determinar el precios optimas de ganancias para el vendedor, precios elevados ya que al hecho de no existir competencias, se genera un monopolio pero a medida que van ingresando competidores su precio comenzara a bajar (Yépez, 2014), por ende es siempre favorable aprovechar estos ingresos, otros de los beneficios es cuando es colonizador generalmente no existen barreras arancelarias o no arancelarias que generalmente son cuotas, autorizaciones previas, certificados de calidad y otros.

Pero la problemática enfocada es cuanto al precio que pasa cuando ingresa un colonizador en el mercado nicho con precios de introducción de mercado, pero existe nuevos agentes del mismo país de exportación cuyos precios son demasiados bajos al creado, produciendo daños monetarios para el iniciador de la colonización comercial del producto.

“Esto también se genera por la ausencia de información, el desconocimiento de los exportadores de esta afectación comercial, ya que muchos se atreven a realizar exportaciones ocasionales pero sin la debida asesoría en aspectos de comercialización.” (Ramírez y Miyey, 2014).

Al crear un control de precios permitirá la regularización de comercialización de todos los exportadores que desean ingresar al mercado sin afectar a sus propios competidores locales que apuntan a ese mercado internacional ya que por desconocimiento al no tener una base de datos perjudicaría la rentabilidad que a la larga perjudica al país en sí (Baque, 2013).

Los llamados a desarrollar este tipo de protección sería las entidades de comercio exterior como ministerios de comercio exterior, aduanas y asociaciones de exportadores, universidades, etc.

### **Desarrollo**

La importancia al desarrollar negociaciones en mercados cautivos llamados nichos es que siempre el precio que se debe considerar es el más alto debido a que a medida que van ingresando otros exponentes el precio puede comenzar a decaer poco a poco hasta que llegue al punto de equilibrio entre los ofertantes y demandantes.

Hay que resaltar que si bien es cierto que al llegar al punto de equilibrio, estos precios se mantendrán estáticos por algún tiempo, la meta del vendedor no es que pase estos cambios sino más bien haber llevado la formalización de la comercialización por medio de contratos de mínimo a 5 años estableciendo la no modificación de precios pese a que el mercado este cambiante. Así su margen se mantendrá favorable y en caso de que le comprado desee cambiar dichos precios tendrá que concluir el contrato pagando multas o pagos lucros cesantes de causados por la conclusión de estos contratos.

Con estos argumentos anteriores, hay que controlar estos precios posicionados que van a hacer llamados referenciales que no es más estándares o precios guías que van a ser comparados con los nuevos acorde a sus expectativas y valoraciones de la cadena de exportación. La palabra control para muchos es definirlo como restricción por lo que en realidad es la intervención, inspección para prevenir o precautelar los intereses de los que intervienen en la situación que se está estudiando.

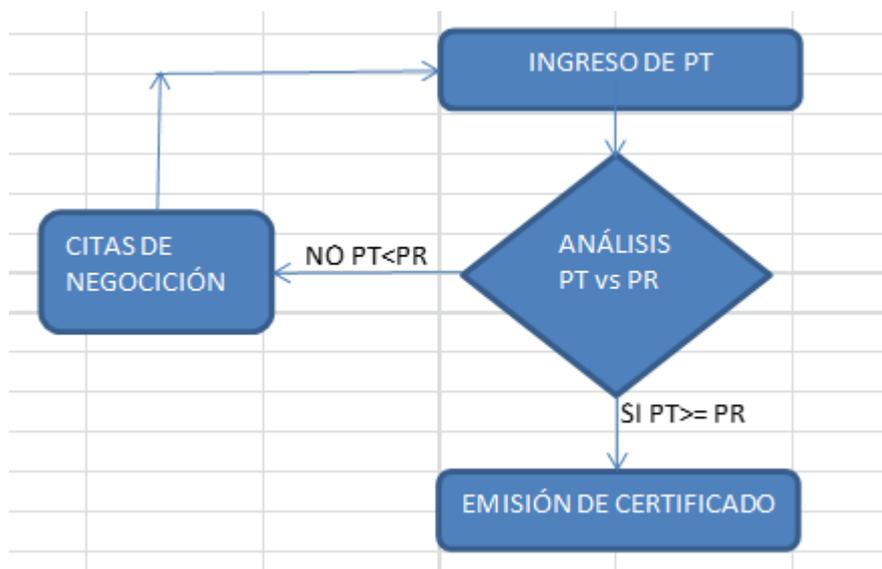
Dicho esto el control de los precios de referencia impulsara a la formalización estructura de comercializar en mercados nichos no cautivo procurando la prevención de daños a terceros que han puesto sus esfuerzos en el posicionamiento de sus productos. Además el Estado podrá conocer los movimientos de las empresas exportadoras y de donde provienen sus fondos.

El precio de exportación está compuesto por los costos del producto, que incluyen valores de transporte terrestre, seguro, empaque y embalaje, aduana la rentabilidad de la

empresa (López y Olvera, 2014). La Aduana al momento que se generan los despachos de exportaciones se pueden registrar información de los precios, unidades comerciales, país de destino y sub partida arancelaria, que son elementos obligatoriamente exigidos en la Declaración de Exportaciones, con el fin que con un enlace en línea se recopile en una base de datos creado por el Ministerio de Comercio Exterior el registro del precio de exportación, pero esta entidad podrá hacer análisis del mismo ante de la publicación en el portal oficial.

El análisis consiste en que evaluarán el precio que tenga mayor valor debido al simple razonamiento que cuando uno desarrolla una venta lo que se desea es ganar más dinero, es decir que el precio de venta sea el mayor o el puesto en expectativa (López, 2016). Por ende este será puesto en el portal como precio referencial (PR) para que sea evaluado a cualquier exportador que desea desarrollar dicho mercado, donde el precio comercial de exportación de este sea mayor o igual al indicado al precio oficial dictaminado, se le emitirá un certificado que será adjunto a la declaración aduanera de exportación.

En caso de que estos encontraran que su precio comercial de exportación es menor al valor al que se encuentra en el portal, se notificara en este que no podrá emitir factura comercial (Precio de Factura, PT) ni tampoco proceder a la exportación ya que este afecta a otros exportadores, a esto se le denominara *la descompensación*, dado que la entidad encargara de analizar el precio creando citas de negociación para poder quedar a un acuerdo de las partes y determinar si es viable el valor propuesto. En la ilustración 2 se muestra gráficamente la operacionalización del proceso.



## Ilustración 2

### Aplicación del control de precio de exportación

Elaborado por: Los autores (2017)

Esto permitirá obtener una protección comercial interna entre los exportadores que apuntaran a los mercados internacionales meta, ya que pueden observar las tendencias de precios y a su vez realizar estudios inmediatos y reales de los precios exportables. Muchas veces en la negociaciones siempre es importante y hasta primordial tener un precio referencial y

así no estar fuera de expectativas de los compradores internacionales, porque estos están siempre en gremios o federaciones donde siempre buscaran su beneficio.

Al desarrollar este tipo de proyecto el Ministerio de Comercio Exterior, la SENA, los Exportadores y Bróker de comercialización podrán obtener un mejor contacto, buscando el beneficio del país y principalmente a los involucrados en la cadena del proceso de la exportación. Este tipo de control permitirá evitar las informalidades comerciales que afectan muchas veces a los lazos de estos mercados internacionales principalmente en mercados nichos. Este tipo de inversión no es mala, siempre y cuando se vea la capacidad justamente instalada en el sector productivo que requiere y necesita el Ecuador para que esa producción sea bien justificada. Lamentablemente este tipo de inversiones no han sido justificadas, no por el hecho de que eso no vaya a reactivar la economía, porque efectivamente toda sociedad requiere y necesita de buenos puertos e infraestructura, el problema es cuando son justificadas bajo un entorno de beneficio particular de ciertos grupos de poder y esto conlleva a que haya un sobreprecio, ahí hay un problema. En una sociedad como la nuestra no se puede tener una inversión sin ni siquiera tener algo tan fundamental como es abrirse a los nichos de mercados. ¿Cómo se puede considerar que un exportador pueda justificar un beneficio, si todos los insumos que necesita y requiere están grabados justamente con un altísimo impuesto y aranceles? Y otra de las cosas que también es fundamental es que la inversión tiene que ir de la mano con algo específico, y eso es orientar que esta inversión tiene que estar canalizada a un sector sumamente importante desde todo punto de vista, y este es el sector productivo industrial. Lamentablemente el gobierno Ecuatoriano piensa que siendo el gestor justamente de esta inversión puede justificar como que va a mandar en el crecimiento económico, y ese es el mayor problema, hoy se atraviesa una crisis, situación desfavorable desde el punto de vista externo, las cuales no benefician a una sociedad productiva.

### **Metodología**

Este trabajo parte de un diseño exploratorio para la formulación del modelo, para lo cual se ha efectuado una revisión bibliográfica de los procedimientos actuales para detectar el vacío existente y proponer una alternativa (Icart, Fuentelsaz y Pulpón, 2006) que sea viable y aplicable en los operadores de comercio exterior. La consistencia en la aplicación de esta metodología está relacionada con la necesidad de construir a partir de la experiencia, nuevas posturas que permitan comprender el fenómeno de formación de precios en mercados nacientes a través de entrevistas, a continuación se detalla los perfiles de los expertos que fueron entrevistados.

#### Experto 1

Mujer de 35 años, con títulos de tercer nivel de Ingeniería Comercial y un posgrado en Marketing. Tiene 15 años de experiencia aduanera como gerente de compras en empresa exportadora, especialista en logística y coordinación de exportaciones, conocimiento de comercialización nacional e internacional.

## Experto 2

Mujer Hombre de 43 años, con títulos de tercer nivel de Economista y un posgrado en Economía, Comercio exterior y Aduanas. Tiene 25 años de experiencia aduanera como jefe de importaciones, exportaciones y agente afianzado de aduanas especialista en procesos aduaneros, normativas y afines.

### **Discusión**

Cuando se puede ofrecer un producto que alguien lo requiere de manera específica porque tiene la necesidad de lo que se ofrece, entonces se habla de un nicho en el mercado. Es decir, difícilmente aparecerá rápidamente un competidor que ofrezca lo mismo. Adicionalmente, en condiciones normales, estos mercados no están siendo atendidos y tienen un potencial enorme de crecimiento. Existe rentabilidad al invertir en estos nichos de mercado debido a que estos mercados poco atendidos pueden crecer y dar altos márgenes con rendimientos rápidos.

Los competidores nacionales que exporten productos a nichos de mercado son competidores de muy alta calidad y exigencia en empaques y presentación. Requieren de una infraestructura muy amplia en controles de calidad y campo. Estos negocios a estos nichos deben ser a largo plazo, ya que la inversión requiere de alta planificación y esfuerzo.

Los precios de algunos nichos de mercado son altos. Estos precios de venta no han perjudicado a otros ya que son muy exigentes y esto conlleva a facturar precios muy altos.

No existe ningún mecanismo de protección de precios de ingreso a mercados nichos, es conveniente que se cree en el país un mecanismo de protección de precios de ingreso a mercados nichos, porque se cree en la oferta y la demanda, pero dependiendo del mecanismo, puede ser interesante un mecanismo que proteja como premio la eficiencia y el descubrimiento de nuevos nichos de mercado en el mundo.

### **Conclusiones**

- Por ser un mecanismo de protección permitirá que en forma organizada se puedan dirigir exportaciones ocasionales con precios de posicionamiento a estos nichos de mercados permitiendo un gran margen de beneficio para el exportador.
- Los Gobiernos de los países podrán utilizar este mecanismo como aplicación de regulación dando con esto el respaldo a los emprendedores exportadores que su precio posicionado no será diluido por otro del mismo país.
- Permitirá reducir costos y tiempos en el plan de exportación ya que al utilizar este mecanismo por parte del Estado no tendrá que acudir a intermediarios como agentes de ventas, bróker internacionales que hacen estudios de los mismos.
- No solo es puede ser aplicado a nivel de comercio exterior sino también a mercados internos en países que no hay regulaciones en comercialización ya que en muchos

casos hay productos novedosos y de expectativa pero por no tener el conocimiento necesario de comercio tienden a dañar su propio posicionamiento.

## **Bibliografía**

- Vicepresidencia de la República del Ecuador. (15/4/2017). Recuperado de <http://www.vicepresidencia.gob.ec/objetivo-general-objetivos-estrategicos-y-entorno-para-el-cambio-2/>
- Baque, J. (2013). Diseño de un manual de control interno y flujo grama de procesos aplicado al departamento de auditoria interna de camaronera Lebama S.A.
- Campos, A. y Ortega, M. (2013). Estudio de factibilidad para la creación de una agencia de asesoría en marketing y publicidad en la ciudad de Babahoyo.
- Icart, M., Fuentelsaz, C. y Pulpón, A. (2006). Elaboración y Presentación de un Proyecto de Investigación y una Tesina. Publicacions I Edicions de la Universitat de Barcelona. ISBN: 84-8338-485-X
- Kantis, H., Gonzalo, M., y Álvarez, P. (2014). ¿Emprendedores “ambiciosos” en Argentina, Chile y Brasil?: el Papel del Aprendizaje y del Ecosistema en la Creación de Nuevas Empresas Dinámicas. *Pymes, Innovación y Desarrollo*, 2(1).
- López, J (2016). Tópicos de economía para no economistas. Editorial Eumed.net. DOI: 10.13140/RG.2.1.3018.0889. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/292964167\\_TOPICOS\\_DE\\_ECONOMIA\\_PARA\\_NO\\_ECONOMISTAS](https://www.researchgate.net/publication/292964167_TOPICOS_DE_ECONOMIA_PARA_NO_ECONOMISTAS)
- López, S. y Olvera, V. (2014). Proyecto de inversión para la creación de una empresa productora de jugo de ciruela en la provincia de Santa Elena para la exportación al mercado de Brasil.
- Medaura, V. (2013). Externalidades de la Inversión Directa Exterior sobre la actividad emprendedora local: Un enfoque institucional en Latinoamérica.
- Ramírez, P. y Miyey, S. (2014). Impacto del tratado de Libre Comercio con Estados Unidos en el sector arrocero en el marco de gobernanza comercial.
- Yépez, N. (2014). La industria textil en el cantón Antonio Ante: su tecnología y capacitación de la mano de obra y la expansión al mercado internacional.