

PROCESO DE FORMACIÓN DE PRECIOS DE *COMMODITIES* EN LAS EMPRESAS DE COMERCIO EXTERIOR*

PRICE FORMATION PROCESS OF COMMODITIES IN FOREIGN TRADE COMPANIES

María Carla Collazo Pire¹

Lourdes Souto Anido²

RESUMEN

El escenario económico mundial actual demanda que las empresas que se dedican a la actividad de comercio exterior realicen, de manera cada vez más eficiente, una correcta gestión de precios. Por tal motivo, el presente artículo trata sobre la importancia de realizar una correcta formación de precios en las empresas que comercializan *commodities* para, así, lograr menores pérdidas y mayores ganancias ante la volatilidad existente de los mismos. Además, se realiza un análisis de la situación actual de cuatro empresas vinculadas al comercio exterior en Cuba, con la finalidad de proponer un plan de acción que propicie mejores resultados para dichas empresas.

Palabras clave: Gestión de precios, *Commodities*, Comercio exterior, Análisis de mercado, Derivados financieros.

ABSTRACT

The current world economic scene demands on those companies that dedicate to the foreign trade activity, to carry out in a more efficient way, a correct management of the stock market products' prices. For this reason, the present study is about the importance of doing an accurate pricing, to achieve fewer losses and higher profits, given the existent volatility of the prices. Moreover, a diagnosis is done to four Cubans companies in order to identify the principal problems and, finally proposing a measure plan

* DOI: <https://doi.org/10.18601/16577175.n21.03>

1 Licenciada en Economía. Profesora del departamento de Ciencias Empresariales, Facultad de Economía, Universidad de La Habana, Cuba. Correo-e: mcarla@fec.uh.cu

2 Doctora en Ciencias Económicas. Profesora del departamento de Ciencias Empresariales, Facultad de Economía, Universidad de La Habana, Cuba. Correo-e: lourdes@fec.uh.cu

with the main goal to improve the company's results.

Keywords: Prices management, Commodities, Foreign trade, Market analysis, Financial derivatives.

INTRODUCCIÓN

La actual volatilidad de los mercados financieros a nivel mundial ha provocado la fuerte necesidad de llevar a cabo acciones que contrarresten los efectos de la misma. Al presentarse esta realidad en el contexto de la globalización, como fenómeno multidimensional, resulta aún más complejo para las empresas establecer patrones de comportamiento de determinadas variables asociadas al mercado. El precio de los *commodities* resulta un claro ejemplo de esta situación.

Dada la importancia que reviste la variable precio en cualquier transacción y en el resultado final de la misma, el posible comportamiento de este y de los factores que lo afectan deben ser cuidadosamente analizados por personal especializado.

MATERIALES Y MÉTODOS

El presente artículo tiene como objetivo sistematizar los principales componentes relacionados con la gestión de precios en las empresas de comercio exterior cubanas, en especial los *commodities*, así como las posibles herramientas a utilizar durante la formación de los mismos.

En aras de dar cumplimiento a este objetivo, se presentarán en un primer

epígrafe los elementos que se deben tener en cuenta a la hora de formar un precio *commodities*. Posteriormente, se analizan las herramientas que se utilizarán en el proceso de formación de precios. A modo de análisis de caso de estudio, el artículo concluye con el diagnóstico del proceso de formación de precios *commodities* en cuatro empresas cubanas vinculadas al comercio exterior.

Durante la investigación, fueron empleados métodos teóricos y empíricos, integrándose la misma a una pirámide de investigación que se nutre del desarrollo de trabajos de diplomas, como Collazo Pire (2015) y Rivera Olivera (2016).

En un primer momento, se utiliza el método de observación científica, puesto que el objeto de estudio requiere de un conocimiento previo; este método permite confeccionar el marco teórico de la investigación. Posteriormente, se emplea el método de análisis y síntesis que permite descomponer el objeto de investigación en los diferentes elementos que lo conforman, para poder integrarlos más adelante. Este método permite conocer cómo funciona el objeto. También se hace uso del método histórico-lógico, el cual posibilita conocer las distintas etapas del desarrollo del objeto, su evolución cronológica, además de proporcionar los elementos más importantes del fenómeno, el objeto en sus conexiones internas y esenciales. Al mismo tiempo, se emplea el método dialéctico, el cual permite profundizar y llegar a la esencia del fenómeno.

Se utilizaron fuentes de información secundarias para la confección de los epígrafes teóricos y en la revisión de los documentos de las empresas tomadas como casos de estudio. Las fuentes primarias utilizadas fueron entrevistas no estructuradas a especialistas comerciales de las empresas de comercio exterior analizadas (Rivery Olivera, 2016).

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Las empresas que realizan la actividad de comercio exterior se encuentran expuestas a alta volatilidad de los mercados financieros, lo cual puede generar tensiones en la actividad de las mismas. De ahí la importancia de estudiar los procesos de formación de precios y las herramientas que se deben utilizar a la hora de formar los mismos.

Cuba, economía pequeña y abierta, altamente dependiente del comercio internacional, no escapa a esta realidad. Como parte de la actualización del modelo económico cubano, se establece la importancia de llevar a cabo estudios de precios más profundos que impacten de forma positiva en los resultados tanto de las operaciones de importación como las de exportación. Sin embargo, esta acción no se ha desarrollado de manera eficiente y resulta de vital relevancia conocer los componentes del precio de las materias primas y los elementos que provocan cambios en este.

1. Formación del precio de commodities

Conocer cómo se forman los precios de las materias primas de forma general

resulta muy útil en la comercialización de estas, ya que, a partir de delimitar los elementos formadores del precio, se podrá determinar la mejor manera de proteger determinado nivel de precio (Maluenda, 2011).

El costo de cualquier materia prima se representa por la siguiente fórmula:

$$FOB = base + futuro$$

El valor de estas variables se determina de formas diferentes. En el caso de la *base*, se tienen en cuenta determinados costos asociados a las condiciones del país de origen; mientras que la formación del *futuro* depende de la oferta y la demanda a nivel mundial del producto que se esté comprando y/o vendiendo. No obstante, existen determinados factores que afectarán de forma global el precio, o sea, que afectan tanto la Base como el Futuro (Maluenda, 2011).

Entre los factores fundamentales se encuentran los movimientos de la oferta y la demanda, así como las variaciones del clima y su impacto sobre los volúmenes de producción.

Por otra parte, y no menos importante, se encuentran los factores externos, entre los que se pueden mencionar el índice del dólar, el Dow Jones, el precio del petróleo y del oro, la política, los fondos especulativos y la situación de las principales economías a nivel mundial.

La *base* es la diferencia entre el precio local de contado de un producto físico y el precio al contado de un contrato es-

pecífico de futuros del mismo producto físico en el momento dado (Organización Internacional del Café, 2011). Se considera que tiene un peso relativo que se encuentre entre el 15 y el 20% del precio final del producto.

A menudo, el precio en el mercado de futuros es una previsión del precio al contado y cambia cuando se dispone de nueva información que es probable que afecte a los factores fundamentales del mercado. La diferencia o precio base entre los precios al contado y los precios en el mercado de futuros puede ser un indicativo de las condiciones del mercado. De hecho, los precios al contado reflejan la disponibilidad a corto plazo, mientras que los precios en los mercados de futuros reflejan las expectativas del mercado en cuanto a acontecimientos futuros. El diferencial o precio base es, por tanto, un indicativo de las condiciones del mercado.

El precio al contado responde al estado del mercado con respecto a una transacción inmediata. El riesgo relacionado con la volatilidad del diferencial entre los precios de contado y los precios en los mercados de futuros, llamado precio base, no está cubierto, es decir que no existe ningún instrumento financiero que permita a las empresas cubrirse frente a las fluctuaciones de la base, por lo cual se hace esencial, la inteligencia de mercado para aprovechar las mejores condiciones para cerrar la base.

La base, al reflejar las condiciones del mercado local, está influenciada directamente por varios factores (AA. VV., 2000), como se explica a continuación.

- Costo del transporte: los vendedores más alejados de las zonas donde se consume o exporta el *commodity* suelen estar en desventaja.
- Condiciones locales de oferta y demanda, calidad, disponibilidad y necesidad del *commodity* y clima local: cuando se produce escasez del producto en una zona, el precio local de contado aumenta en relación con el precio de futuros. A esta fluctuación se la denomina fortalecimiento de la base; en caso contrario, ocurre un debilitamiento.
- Costo de interés y almacenamiento.
- Costos de maniobra y márgenes de ganancia.

Por su parte, un *futuro* es un contrato estandarizado de la entrega de un producto, y válido hasta una fecha determinada, que se denomina fecha de vencimiento. El futuro representa entre el 80% y el 85% del precio, y este, a diferencia del precio base, sí permite hacer cobertura de riesgo. Esto se realiza mediante las distintas técnicas de cobertura que se pueden agrupar en dos categorías: externas o artificiales e internas o naturales.

- Cobertura natural: son técnicas aplicadas a partir de los recursos y obligaciones que ya tiene la empresa, moviendo activos y pasivos a través de estrategias que permitan compensar o limitar las posibles pérdidas derivadas de los riesgos.
- Cobertura artificial: la cobertura artificial se lleva a cabo a través de productos sofisticados fuera del balance financiero. Se basa en compensar las pérdidas de las posiciones al contado con los beneficios de la posición a plazo.

Dentro de la cobertura artificial, los instrumentos financieros que han conocido un mayor desarrollo en los últimos tiempos son los derivados. Estos sirven para gestionar los riesgos inherentes a las operaciones que se producen diariamente en las empresas. Estos son:

- *Forwards* o compraventas a plazo: contrato por el que dos partes se comprometen, una a comprar y la otra a vender, un activo, en una fecha y a un precio determinado. Los *forwards* más habituales se suelen contratar sobre deuda pública (bonos del gobierno) y divisas.
- Futuros: son contratos estandarizados, negociados en un mercado organizado. Los resultados de la operación se liquidan diariamente y el mercado exige el depósito de una garantía para operar. El futuro es varios *forwards* diarios entrelazados entre sí que se liquidan a diario a través del garante Cámara de Compensación (Collazo Pire A. , 2013).
- *Swaps*: por permuta financiera o *swap* se entiende aquel acuerdo que se establece entre dos empresas con el objetivo de intercambiar flujos de efectivo basados en una cantidad dada de principal (usualmente conocido como notional) por un período dado (Gray y Place, 2003). Es un acuerdo para intercambiar en el futuro una serie de flujos monetarios de acuerdo con una fórmula prefijada. Son básicamente de dos tipos: de intereses y de divisas, pero pueden aplicarse a cualquier activo.
- Opciones: “Una opción es un contrato que otorga a su comprador el derecho, pero no la obligación, a

comprar o vender una determinada cuantía del activo subyacente, a un precio determinado llamado precio de ejercicio, en un período de tiempo estipulado o de vencimiento” (Comisión Nacional del Mercado de Valores, 2006).

Contrato por el que una persona (comprador), adquiere a un tercero (vendedor o emisor) el derecho a comprar o vender algo, en una cantidad, en un momento y por un precio determinados, entregando a cambio una contraprestación o prima.

Un contrato de futuros se celebra entre un vendedor y un comprador. El vendedor se compromete a entregar un activo en una fecha determinada de antemano y por el precio actual. El precio de dicho activo puede variar tanto a la baja como al alza dentro del plazo de vencimiento del contrato. Por esa razón, las dos partes corren riesgos asociados con el cambio del precio acordado.

La bajada del precio para la fecha de vencimiento del futuro es beneficiosa para el vendedor porque ya ha vendido el activo por un precio mayor. La subida del precio, de lo contrario, es beneficiosa para el comprador, ya que ha comprado el activo de antemano por un precio más bajo. De esta manera, lo que importa es la diferencia entre el precio en el momento de celebración del contrato y el precio en el momento de la entrega.

2. Herramientas para el análisis de precios

El desarrollo de los mercados financieros ha mostrado un comportamiento

históricamente volátil y turbulento, por lo cual la búsqueda de un método lo más fiable posible ha sido perenne, con el fin de tomar las decisiones de inversión adecuadas en el momento oportuno. Sin embargo, en la actualidad, esta aspiración pareciera una utopía debido a que el fenómeno de la globalización de los mercados ha acentuado aún más la volatilidad de los mismos. Como respuesta a esta situación, ha surgido una serie de métodos cuyo fin es permitir a los inversionistas tomar las decisiones de inversión de la forma más certera posible. A continuación, las autoras presentan una sistematización de aquellos elementos que consideran no se pueden dejar de tener en cuenta.

2.1 Análisis técnico

Como análisis técnico se conoce una serie de estudios de indicadores y figuras que se presentan en gráficos. Para la formación de estos gráficos, las informaciones básicas que se necesitan son el precio o cotización y el volumen de negociación del producto que se quiera analizar: acciones, opciones, futuros, metales preciosos o mercancías. Es posible realizar una distinción entre análisis chartista y análisis técnico propiamente dicho, aunque en la actualidad todo el método o técnica se engloba bajo este último nombre. El análisis chartista se basa en el estudio de las figuras que forman los precios como indicación de la tendencia que pueden seguir en el futuro. El análisis técnico, en cambio, efectúa operaciones estadísticas y matemáticas con los precios, para determinar y detectar situaciones en las tendencias que siguen las cotizaciones. Su objetivo

final es tomar la decisión de inversión. La combinación de los dos análisis permite incrementar los rendimientos de inversiones (Codina Castro, 2011).

Este tipo de análisis está basado en la teoría de Dow, la cual consiste en analizar los valores que se presentan en la Bolsa de forma paralela. Sus principios básicos son (Costa Ran y Font Vilalta, 1993):

1. Las medias descuentan todo lo que puede ser conocido. Su misión está en descontar todo lo posible.
2. El mercado tiene tres tendencias: primaria, secundaria y día a día.
3. Las tendencias principales tienen tres fases: acumulación, intermedia y distribución.
4. Las medias deben conformarse entre sí.
5. El volumen debe confirmar la tendencia.
6. Una tendencia es vigente hasta que ofrezca signos definitivos de haber cambiado.

2.2 Análisis fundamental

El análisis fundamental encuentra sus fundamentos en diferentes ramas de estudio económico (macroeconomía, microeconomía, estrategia empresarial, contabilidad, análisis de ratios bursátiles, entre otras). Las predicciones de precios que se realizan a través del análisis fundamental están basadas en estudios de la relación oferta-demanda; este análisis considera que el valor de un bien debe oscilar alrededor de su valor intrínseco (Collazo Pire, 2015).

La relación oferta-demanda “es el único factor a considerar en la sencilla teoría del análisis fundamental, que se puede sintetizar en un solo principio: Menores existencias o un mayor consumo hacen que se eleven los precios y la abundancia de suministros o una reducción del consumo provocan una reducción de los mismos” (Costa Ran y Font Vilalta, 1993).

Por ello, resulta oportuno hacer referencia a algunos factores para tener en cuenta al realizar el análisis fundamental, como las reservas, la producción, el clima, las condiciones económicas, la inflación, las expectativas, las imperfecciones del mercado, los factores competitivos, políticos y los informes gubernamentales, los ratios e índices, entre otros (Collazo Pire A., 2013).

- Reservas: este factor está relacionado con los niveles de *stock* que se tengan de determinado activo (mercancías o divisas). En dependencia de las cantidades físicas en existencias, el precio fluctuará.
- Producción: tiene un efecto inmediato sobre las acciones tanto de compradores como de vendedores en los mercados, por lo que es de esperar que las producciones tengan un efecto directo sobre las fluctuaciones de precios. Si se espera un determinado volumen de producción, la oferta y la demanda se ajustarán a estos patrones de existencias, ni más ni menos. Por tanto, si no se lograra producir lo estimado, esto provocaría una disminución de la oferta efectiva y consecuentemente un incremento de los precios.
- Clima: es un factor decisivo en la realización exitosa de las cosechas. Esta variable genera altos niveles de incertidumbre, debido a que los resultados finales esperados pudieran verse fuertemente afectados ante la ocurrencia de algún fenómeno climatológico inesperado. Atendiendo a esto, los agentes económicos que actúan en el mercado llevan a cabo un seguimiento riguroso de los porcentajes de humedad, el tiempo de helada, las temperaturas durante las estaciones de crecimiento, los huracanes y otros eventos meteorológicos, con la finalidad de estimar las posibles afectaciones sobre las producciones y a su vez en los precios.
- Condiciones económicas: tanto la situación de la economía doméstica como la de la economía internacional juegan un rol muy importante en el proceso de toma de decisiones de precios de los bienes.
- La inflación: conocer el comportamiento de esta variable resulta también relevante para el análisis fundamental, ya que indica cómo se están comportando los precios en una economía dada y qué tan competitiva puede ser frente a otras. Para reflejar esta relación se puede utilizar la teoría de la Paridad del Poder Adquisitivo Relativa (PPA) que plantea que una moneda con mayor inflación que otra se deprecia en un porcentaje igual a la diferencia entre sus niveles de inflación. Por tanto, si la inflación de un país aumenta, su competitividad disminuye frente al resto del mundo.

Las variables ya expuestas podrían fusionarse en lo que se conoce como expectativas. Cuando se analiza esta variable de manera general, se tienen que analizar necesariamente aspectos relacionados con las irregularidades en los diferentes mercados en los que se opera, la situación política, la acción de las fuerzas de la competencia y las políticas macroeconómicas.

3. Análisis de la importancia de la correcta formación de precios a partir de experiencias cubanas

En el contexto de la actualización del modelo económico cubano, el tema de la formación y protección de los precios ha estado presente con la finalidad de crear el marco institucional que permita la puesta en marcha de políticas por parte de las empresas que tributen a un mejor funcionamiento de las mismas.

Utilizando el software estadístico SPSS versión 22.0 en español y el programa Microsoft Excel, se llevó a cabo el diagnóstico de la situación actual de la gestión de precios de productos bursátiles en 4 empresas de comercio exterior.

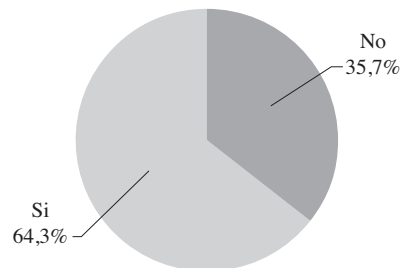
El diagnóstico tiene como base la aplicación de una encuesta destinada a evaluar la gestión de precios (ver Anexo 1), que fue aplicada a 14 personas. Para ello, se seleccionó una muestra de cuatro empresas del MINCEX. Se aplicó al total de la población que se encarga de esta materia dentro de las mismas y todas fueron respondidas.

Con el objetivo de verificar la validez del cuestionario, se llevó a cabo el

cálculo del coeficiente Alfa de Cronbach, que muestra un valor de 0,672, lo que valida el cuestionario y prueba que es coherente en su estructura. El coeficiente de correlación de Kendall ha dado como resultado 0,570, lo cual demuestra que hay coherencia entre las respuestas de los encuestados, y prueba que el cuestionario aplicado es correcto y fiable. A continuación, se presentan los principales resultados obtenidos:

Es fundamental para estas empresas que realizan comercio exterior la existencia de un departamento que se dedique especialmente al estudio del comportamiento de los precios y los mercados internacionales, para, con ello tributar a una mejor formación y gestión de los mismos. En esta investigación, se evaluó, mediante una escala nominal la existencia o no de dicho departamento. Los resultados se muestran en el siguiente gráfico:

Gráfico 1. ¿Existe un departamento que se dedique exclusivamente a estudiar los precios?

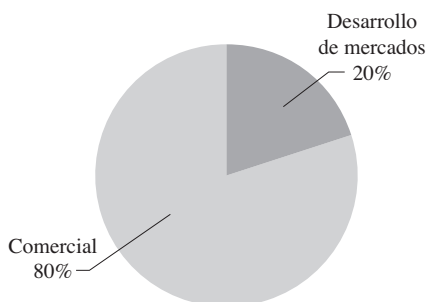


Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos mediante el Programa SPSS.

Como puede apreciarse, el mayor porcentaje de encuestados afirma que

existe un departamento dedicado exclusivamente al seguimiento y análisis de precios. Sin embargo, no debería pasarse por alto aquellos en los que no existe, para, en el futuro, revertir esta situación.

Gráfico 2. Departamento o Dirección encargada del estudio de precios



Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos mediante el Programa SPSS.

En aquellos casos en los que no existe un departamento especializado en dicha actividad, casi la totalidad de los encuestados señaló que la actividad se realizaba en la Dirección de Desarrollo de Mercados, y un 20%, en el Comercial. Estos resultados muestran determinado nivel de coherencia, teniendo en cuenta la estructura organizacional establecida en aquellas empresas en las que no se cuenta con un departamento especializado en precio.

La Dirección de Mercados engloba, además del análisis de precios, los temas relacionados con la Cartera de Clientes y Proveedores (tanto actuales como potenciales), todos los eventos publicitarios y promocionales, vela por el Sistema de Gestión de la Calidad y realiza estudios de mercados que tienen como objetivo estudiar la factibilidad de

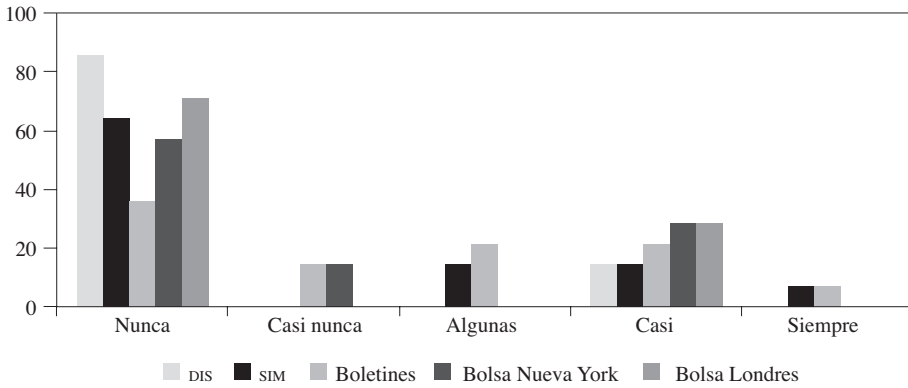
incluir en la cartera productos nuevos. Por su parte, el Departamento Comercial tiene a su cargo todo lo relacionado con la actividad de compras y ventas internacionales de la empresa, estableciendo contacto directo con clientes y proveedores, con la finalidad de llevar a cabo el proceso de negociación y cierre de operaciones comerciales.

Ambas áreas demandan análisis profundos de precios, puesto que de ellas emanan, fundamentalmente, las decisiones de compraventa que se realizan. Sin embargo, debido al gran volumen de información que debe procesarse, en ocasiones resultan insuficientes los esfuerzos destinados al seguimiento, análisis, formación y gestión de precios.

Otro aspecto importante a analizar es la frecuencia con la que se utilizan las diferentes fuentes de información para establecer en qué medida se aprovechan los recursos que tienen a su alcance.

En cuanto a la frecuencia del uso de la información para la consulta de precios, predomina, de manera general, que nunca se emplean las fuentes mencionadas. Los productos que comercializan son cotizados en las bolsas de Nueva York y Londres. Sin embargo, los resultados muestran que casi nunca utilizan esta fuente o información, desestimando dos referentes internacionales muy importantes (Dirección de Finanzas y Precios, 2016).

Más del 85% de los encuestados afirmó que nunca utilizan el Daily Information Service, siendo este un reporte de las cotizaciones de productos que reciben

Gráfico 3. Fuentes de información^{a/}

Fuente Elaboración propia a partir de datos obtenidos mediante el Programa SPSS.

a/ DIS: DailyInformationService (Servicio de Información Diaria); SIM (Sistema de Información de Mercados del MINCEX).

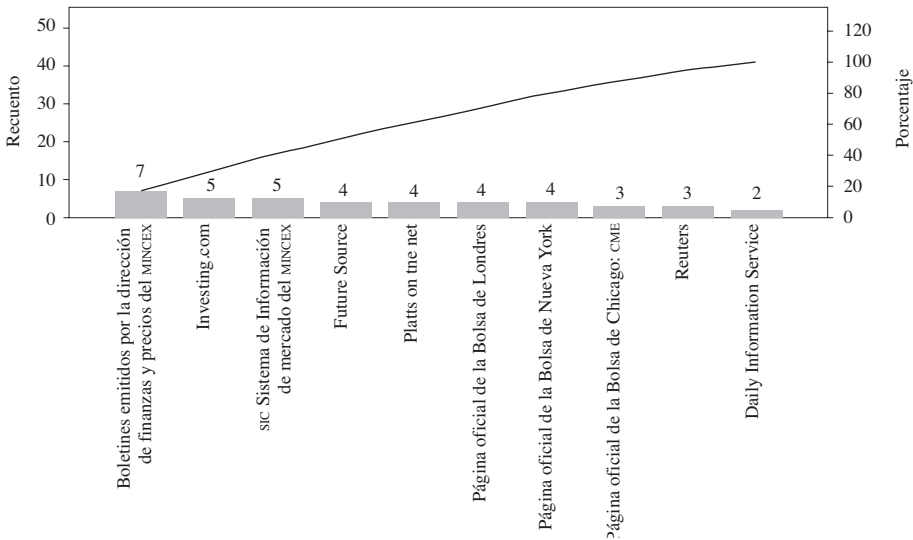
las empresas. El SIM, que es un informe de mercado emitido por el MINCEX, es utilizado “siempre” en solo un 7,1%. Además, existen otros informes muy específicos que le llegan mediante suministradores, los cuales no fueron mencionados, y que tampoco toman en cuenta a la hora de formar los precios. Al que mayor uso se le da es a los boletines; sin embargo, el mayor porcentaje respondió que nunca lo utilizaba. Esto constituye un derroche de recursos que bien pudieran ser utilizados para una mejor formación de los precios y así ocasionar menos pérdidas al país.

Estos resultados se pueden contrastar, además, con el gráfico de Pareto. Consiste en identificar los problemas o defectos que se presentan en el estudio de un determinado proceso, para posteriormente a su detección poder tomar las medidas necesarias para reducir o eliminar las causas que provocan los problemas y, en correspondencia, poder mejorar el proceso analizado (Solís Corvo y Espallargas Ibarra, 2009). En este

caso, se ha utilizado para mostrar todas las fuentes de información a las que tienen acceso y emplean para gestionar los precios las empresas comercializadoras cubanas.

Este gráfico muestra, además de las fuentes citadas en la encuesta, aquellas que utilizan con mayor frecuencia: FutureSource, Investing.com, Reuters, la página oficial de la Bolsa de Chicago y Platts on the Net. Después de los boletines, las fuentes que más se utilizan son Investing.com y el SIM, muy próximos a FutureSource y las páginas oficiales de las bolsas. El gráfico muestra, nuevamente, el poco uso que, en definitiva, se le da de manera general a las fuentes de información. Este elemento resulta un factor estratégico para el éxito de una buena gestión de precios. De ahí que este aspecto sea abordado de forma explícita por la Dirección de Finanzas y Precios del MINCEX (Dirección General de Economía del MINCEX, 2015).

Gráfico 4. Principales fuentes de información utilizadas por las empresas comercializadoras cubanas



Fuente: Elaboración propia.

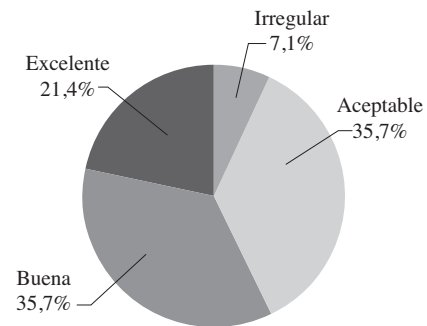
Con respecto a la relación entre el área comercial y los especialistas que atienden precios, no hubo ningún encuestado que respondiera que no existía dicha relación.

Las personas respondieron, en igual medida, la existencia de una relación buena y una excelente. Hubo una menor cantidad para las que consta una excelente relación, mientras que un 7,1% respondió que es irregular.

Más del 50% de los encuestados establece que la relación entre el área comercial y de análisis de precios es buena o excelente, lo cual habla a favor de que existe en las entidades un buen sistema de comunicación. Por otra parte, un 35% establece que esta relación es aceptable, y solo un 7% la considera irregular. Para revertir esta situación, se hace necesario reevaluar el proceso de

comunicación que existe entre ambos, con el fin de desempeñar un mejor trabajo y ser mejores profesionales.

Gráfico 5. Relación entre el área comercial y especialistas de precios

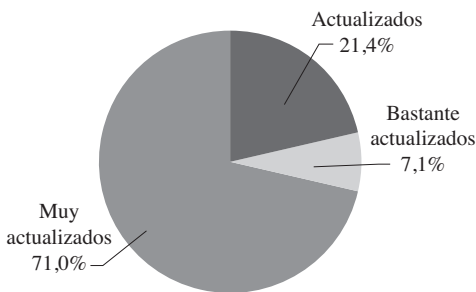


Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos mediante el Programa SPSS.

Los especialistas de precios deben tener una participación activa en la toma de decisiones de la compraventa de los productos, ya que cuentan con los ele-

mentos suficientes relacionados con los precios. En el caso de los comerciales, pueden aportar ideas en la formación de precios porque pueden registrar, controlar y reportar sobre los resultados de las operaciones realizadas y así brindar una perspectiva de mercado más abarcadora. Además, esta relación debe ser vista como una alianza interna de carácter estratégico donde se establezcan metas comunes que tributen la obtención de mejores resultados.

Gráfico 6. Sistemas de información actualizados



Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos mediante el Programa SPSS.

Como se observa, el mayor porcentaje, con amplia diferencia, afirmó que los sistemas de información están muy actualizados, un 21,4% que estaban actualizados y solo un 7,1% bastante actualizados. A pesar de que nadie respondió que estaban desactualizados o poco actualizados, como se observó anteriormente, no se hace un uso eficiente de los mismos. Con ello, pierde solidez el argumento de que no se tiene acceso a información actualizada.

Llegando al punto más importante, se preguntó sobre el conocimiento de

la base y si creían que se realizaba el proceso de formación de precios teniendo en cuenta el comportamiento de los elementos que conforman el mismo. Además, se realizó un análisis multivariado (Rho de Spearman) para determinar la correlación que existía entre ambas interrogantes.

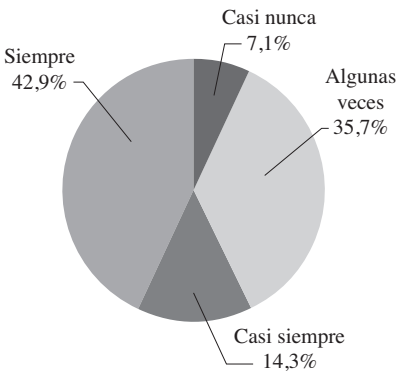
Del total de los catorce encuestados, cinco valoraron que no conocían la base; sin embargo, dos de ellos consideraron que sí se formaban correctamente los precios, teniendo en cuenta los elementos que conforman al mismo. Esta contradicción muestra el desconocimiento conceptual que existe en las empresas sobre el tema de la base, un insuficiente dominio en los temas bursátiles y preparación integral insuficiente en materia de formación de precios. Al no tener en cuenta estos elementos, se está escapando la oportunidad de proteger los precios, y de mantener un nivel deseado de los mismos. Si bien es esencial conocer los niveles de oferta y demanda a nivel mundial, se hace muy importante también conocer todas aquellas condicionantes que están determinando el precio local para determinar la base. Con ello se podrá lograr un margen de ganancia, aunque en términos porcentuales solo represente entre un 15 y un 20% del precio total.

A pesar de que más del 64% afirma que sí se tiene en cuenta, la realidad indica que no se usa efectivamente, no se realiza un seguimiento de la base histórica, para saber cuándo comprar o vender, o para predecir el comportamiento de los precios futuros.

En cuanto al análisis para determinar la interdependencia que existe entre estas dos variables, se realizó una prueba Rho de Spearman. La misma dio como resultado $-0,026$. Esto indica que existe una relación inversa y débil entre ellas, lo cual es explicado por todo lo expuesto anteriormente en cuanto a la ineficiencia en la gestión de precios y la pobre formación de los especialistas en lo relacionado con la delimitación y dominio de base y futuro.

Para evaluar la influencia que tienen los estudios de mercado a la hora de realizar un pronóstico en el movimiento de los precios, se evaluó la frecuencia de dichas estimaciones:

Gráfico 7. Frecuencia de las estimaciones de precios



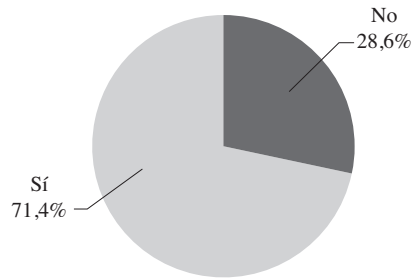
Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos mediante el Programa SPSS.

En este caso, predominan las personas que alegan que siempre se realizan estimaciones y estudios de mercado.

Siendo estas empresas comercializadoras de productos bursátiles, se hizo imprescindible determinar si existía en

ellas personal encargado de determinar los riesgos a los que se encuentran expuestas, especialmente a la volatilidad de los precios en el mercado internacional.

Gráfico 8. Existencia de personal para determinar riesgos



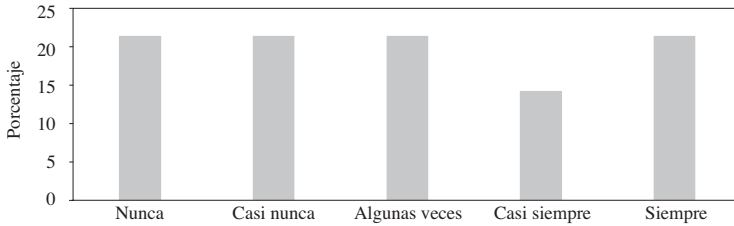
Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos mediante el Programa SPSS.

El mayor porcentaje afirma que existe en la empresa personal encargado de determinar los riesgos.

Por otra parte, se realizó un análisis multivariado (Rho de Spearman) para determinar la correlación entre la existencia de un departamento exclusivo de precios y la existencia de personal encargado de determinar los riesgos a los que se enfrenta la empresa. El resultado fue de $0,519$, con lo cual se puede inducir que existe una relación directa entre ambas variables. Al existir este departamento, puede haber mayor personal supervisando las fluctuaciones en los mercados con la finalidad de fijar un precio determinado y, a la vez, establecer las estrategias de cobertura frente a esta volatilidad.

Es muy importante analizar con periodicidad el margen de ganancias o pérdidas

Gráfico 9. Frecuencia con la que se evalúan las ganancias o pérdidas



Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos mediante el Programa SPSS.

por concepto de fluctuación del precio del *commodity*, para ver en qué medida ha sido la empresa eficiente o no a la hora de gestionar sus precios tanto de exportación como de importación.

En este sentido, los resultados son heterogéneos, lo que puede indicar que las respuestas fueron dadas según criterio de cada encuestado, no existiendo para los trabajadores claridad sobre este tema.

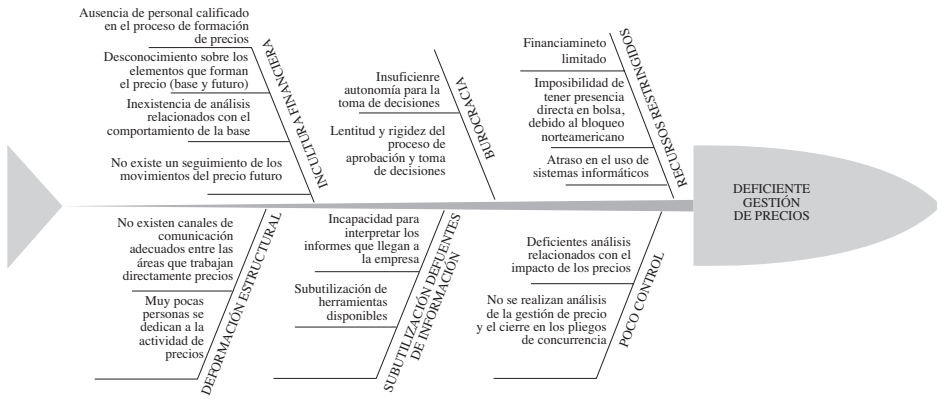
Teniendo en cuenta los resultados obtenidos, es evidente que falta mucho por avanzar en materia de formación de precios en las empresas analizadas.

A partir de este análisis, se puede inferir que, a pesar de su importancia, no todas las empresas cuentan con un Departamento de precios, e incluso si lo tienen, no realizan la mejor labor posible. Además, aunque es cierto que existen barreras económicas en el país, se cuenta con recursos que se están subvalorando y no se les da el uso merecido, incluso cuando afirman que están bien actualizadas las fuentes de información. Se puede apreciar que aun con las fuentes a su alcance, existen personas que no conocen el concepto

de *base*, ni su utilización, ni se tiene en cuenta para formar los precios. Por último, si bien se realizan estimaciones en casi todas las empresas, no se cuenta en la mayoría con personal que se encargue de evaluar los riesgos, ni se realizan evaluaciones que contrasten las ganancias o pérdidas relacionadas con los movimientos de los precios.

A partir de los resultados del diagnóstico anterior e investigaciones realizadas previamente, se pudo identificar un gran número de dificultades que agravaban la actividad de formación de precios en Cuba. Sin embargo, se tuvieron en cuenta aquellas causas que inciden con mayor medida en dicho problema. La técnica empleada para llevar a cabo el análisis y evaluar dichas causas fue el diagrama causa-efecto, que “es una herramienta de análisis que permite obtener un cuadro, detallado y de fácil visualización, de las diversas causas que pueden originar un determinado efecto o problema. Suele aplicarse a la investigación de las causas de un problema, mediante la incorporación de opiniones de un grupo de personas directa o indirectamente relacionadas con el mismo” (Escuela Técnica Superior de Ingenieros Industriales, 2015).

Gráfico 10. Resumen de las principales dificultades presentes en la gestión de precios



Fuente: Elaboración propia.

La incultura financiera resulta uno de los problemas fundamentales a la hora de fijar precios. La falta de trabajadores calificados, sobre todo en los temas referidos a base y futuro, sin duda alguna constituye el desafío más importante a solventar, ya que, ante todo, es fundamental contar con personal que sepa formar correctamente los precios. Otro de los factores que afecta este proceso es la no utilización de aquellas herramientas de análisis.

Estos elementos no escapan a la mirada a nivel país que se ha venido realizando desde el séptimo congreso del Partido Comunista de Cuba, donde se enfatiza en la necesidad de prestar especial atención a estos temas (Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución, 2011).

Partiendo de este estudio, se propone un Plan de Acción que refleja una serie de medidas que pudieran mejorar aquellos aspectos donde puedan incidir las em-

presas de manera directa para tener un mejor desempeño en un futuro cercano. A continuación, se muestra una serie de propuestas con esa finalidad. Según la dirección en la que están encaminadas, las medidas fueron delimitadas de la siguiente forma:

- **Carácter estructural**
 - Crear las condiciones adecuadas que permitan un mejor trabajo en la gestión de precios, tales como infraestructura, equipos y capital.
 - Brindar mayor autonomía a los especialistas en el proceso de toma de decisiones, simplificando el proceso de aprobación de las mismas y reduciendo el tiempo de desfase entre las variaciones del mercado y la reacción de la empresa ante las mismas.
 - Establecer las responsabilidades que debe tomar el personal que se ocupa de la gestión de precios.

- Crear un departamento de análisis de precios e investigación de mercado en todas aquellas empresas donde no exista, que sistematice el comportamiento de las variables de mercado.
- Declarar de carácter obligatorio la implementación de estrategias de cobertura de precios.
- Formación de precios
 - Declarar de carácter obligatorio el seguimiento de la *base* como parte integral de la rutina de las empresas. Se puede trazar la gráfica de la base a diario o semanalmente.
 - Seguir el comportamiento histórico de la *base* para brindar esta información a los comerciales y facilitar el cierre de los contratos.
 - Utilizar todas las fuentes de información y realizar análisis de las diferentes variables del mercado, teniendo en cuenta su comportamiento y tendencia.
 - Utilizar los instrumentos existentes y realizar estrategias de cobertura de riesgo precio.
 - Estudiar de manera sistemática el mercado físico de los productos bursátiles que se comercializan en el país para aprovechar las oportunidades que brinda el mercado y atenuar las pérdidas.
 - Realizar estudios de mercados donde se empleen el análisis técnico y fundamental.
- Formación del personal:
 - Capacitar al personal de las empresas en el proceso de formación de precios, de forma tal que sean capaces de delimitar sus componentes: Base y Futuro.
 - Diseñar un curso que brinde formación básica en temas de gestión de precios a todo el personal que se dedique a esta actividad en la empresa.
 - Capacitar al personal en las técnicas de medición de precios de productos bursátiles, tales como: análisis técnico, análisis fundamental y modelos estadístico-matemáticos.
 - Implementar de manera inmediata el uso de las técnicas de cobertura natural y para el mediano y largo plazo capacitar al personal especializado, creando las condiciones necesarias para implantar cobertura artificial.

CONCLUSIONES

El alto grado de volatilidad en los mercados financieros internacionales ha propiciado la necesidad de realizar un correcto análisis y formación de precios para productos bursátiles, actividad que debe constituir un pilar básico de todas las empresas comercializadoras.

En las empresas analizadas, el uso de las fuentes de información, de manera general, es pobre, a pesar de estar actualizadas. Existe desconocimiento sobre los elementos fundamentales que constituyen el precio de estos productos (*base* y *futuro*). Esto denota incultura

financiera que limita la mejor gestión de los precios futuros, puesto que no se cuenta con personal calificado para llevar a cabo estrategias de cobertura. La aplicación de las herramientas de análisis propuestas generará un mejoramiento de la eficiencia de los procesos de formación de precios.

BIBLIOGRAFÍA

- AA.VV. (2000): Explicación de la base (Spanish version), Departamento de Desarrollo de Mercados y Productos de la Chicago Board of Trade, Chicago. EM12-4SR1 12.03.250 03-03560
- Codina Castro, J. (2011). *Manual de Análisis Técnico. Séptima edición revisada y actualizada*. Madrid: Inversor Ediciones, S.L.
- Collazo Pire, A. (2013). *La administración de riesgo de tipo de cambio en la empresa Alimport*. Tesis de Diploma, La Habana.
- Collazo Pire, M. C. (2015). *La administración de riesgo de precio en la empresa Cubaexport*. Tesis de Diploma, La Habana.
- Comisión Nacional del Mercado de Valores (2006). *Qué debe saber de opciones y futuros*. Madrid.
- Costa Ran, L. y Font Vilalta, M. (1993). *Commodities. Mercados financieros sobre materias primas*. Madrid: ESIC.
- Despaigne Justiz, Y. (2011). *Consideraciones generales para el Control Interno en la actividad de Precios*. La Habana.
- Dirección de Finanzas y Precios (2016). *Herramientas y métodos de trabajo para implementar el correcto análisis de los precios externos, y la utilización de los pliegos de concurrencia*.
- Dirección General de Economía del MINCEX (2015). *Seminario de Finanzas, Precios y Estadísticas para la rama del Comercio Exterior*.
- Escuela Técnica Superior de Ingenieros Industriales (2015). *Gestión de la calidad, la seguridad y el medioambiente (4ª Organización Industrial)*. Vigo: Universidad de Vigo.
- Gray, S. y Place, J. (2003). *Derivados financieros*. México: Centro de Estudios Monetarios Latinoamericanos.
- Lineamientos de la política económica y social del Partido y la Revolución (18 de 4 de 2011). La Habana.
- Maluenda, P. (2011). *La volatilidad en los precios de los commodities*. México: INTL FCStone.
- Organización Internacional del Café (2011). *Relación entre los precios del café en los mercados físicos y de futuros*.
- Rivery Olivera, C. (2016). *El proceso de formación de precios de commodities en las empresas de Comercio Exterior*. Tesis de Diploma, La Habana.
- Solís Corvo, M. y Espallargas Ibarra, D. (2009). *Técnicas estadísticas multivariadas aplicadas a la gestión de la calidad de los servicios*.

ANEXO 1

Estimado Trabajador:

La presente encuesta forma parte de un Trabajo de Diploma de la Facultad de Economía de la Universidad de La Habana. Su colaboración será de gran utilidad para realizar un estudio sobre la Formación de Precios de Productos Bursátiles. Es anónima, por lo que le agradecemos de antemano total transparencia en sus respuestas, pues serán de incalculable valor para el resultado de nuestro trabajo.

¡Muchas gracias!

Seleccione en cada caso la opción que considere más adecuada, ajustándose a la realidad que usted vive en su centro de trabajo.

Preguntas relacionadas con la estructura organizacional de la empresa respecto al precio:

1- ¿Existe un departamento que se dedique exclusivamente a estudiar el comportamiento de los precios y mercados internacionales en la empresa?

Sí___ ¿Cuál?_____ No___

2- En caso de que no, ¿Qué Departamento/Dirección se encarga de seguir los precios de mercado de este producto?

- ___ Comercial
- ___ Finanzas
- ___ Desarrollo de Mercados
- ___ Bolsa y Precio
- ___ Otro ¿Cuál? _____

3- Evalúe con qué frecuencia usted utiliza las siguientes fuentes de información para la consulta de precios:

Fuentes Nunca___ Casi nunca___ Algunas veces___ Casi siempre___
Siempre___

- Daily Information Service
- SIC: Sistema de información de mercado del MINCEX
- Boletines emitidos por la Dirección de Finanzas y precios del MINCEX
- www.nyse.com: Página oficial de la Bolsa de Nueva York
- www.londonstockexchange.com: Página Oficial de la Bolsa de Londres
- a) Otras ¿Cuáles?

4- ¿Cómo valora la relación entre el área comercial y los especialistas que atienden precios?

No existe ___ Irregular ___ Aceptable ___ Buena ___ Excelente ___

5- ¿En qué medida cuentan con sistemas de información actualizada sobre el comportamiento de los mercados? En una escala de 1 a 5, donde 1 es Desactualizados y 5, Muy Actualizados

1 2 3 4 5

Preguntas relacionadas con el proceso de formación de precios

6- ¿Se conoce qué es la base?

Sí ___ No ___

7- ¿Se realiza el proceso de formación de precios teniendo en cuenta el comportamiento de los elementos que constituyen el mismo?

Sí ___ No ___

8- ¿Con qué frecuencia se realizan estimaciones o estudios de mercado que permitan predecir movimientos de precios?

Nunca ___ Casi nunca ___ A veces ___ Casi siempre ___ Siempre ___

9- ¿Existe alguien en la empresa encargado de determinar los riesgos a los que se enfrenta la misma?

Sí ___ No ___

10- ¿Con qué frecuencia se evalúan las ganancias o pérdidas por concepto de fluctuación de precio del *commodity*?

Nunca ___ Casi nunca ___ A veces ___ Casi siempre ___ Siempre ___