



Costos y determinación de Precios.

¿Cómo encontrar el precio óptimo para su producto o servicio?

Programa especializado para gerentes, encargados de negocios y/o Marcas, emprendedores y comerciantes.

Descripción: En el contexto actual, uno de los principales retos para las empresas es determinar un precio adecuado a sus productos o servicios. Son múltiples los factores que intervienen en su composición y que se encuentran insertos en un sistema dinámico e interconectado que dificultan aún más su resolución determinista. El programa tiene como finalidad que el asistente conozca las metodologías y las herramientas necesarias para determinar los precios de venta conociendo las variables que condicionan la fijación de precios en la empresa.

Objetivos de aprendizaje:

- Generar un profundo conocimiento de las políticas de precios.
- Aplicación de las metodologías para la fijación de precios.
- Comprender la relación entre los principales costos y los precios.
- Entender el funcionamiento de la demanda y la psicología del consumidor.
- Contrastar la teoría con la práctica mediante el estudio de casos.

CONTENIDOS DEL PROGRAMA:

El programa completo cuenta con 8 módulos temáticos:

1. Introducción a la política de precios.
2. Precios y costos.
3. Precios en función de los objetivos de la empresa.
4. Precios y demanda.
5. Precios y la psicología del consumidor
6. Precios y la competencia.
7. Precios y las variables comerciales y de marketing.
8. Precios en los mercados internacionales.



Programa detallado por módulo

1. Introducción a la política de precios

El objetivo del módulo es comprender la importancia de una adecuada y estratégica fijación de precio, de modo que el precio forma parte medular de un sistema complejo de factores intervinientes.

Se aborda un repaso de la historia económica en el estudio del precio considerando los principales pensadores en las diferentes épocas.

Temas del módulo: Concepto de precio. Factores que influyen en la fijación de precios. Problemas de la fijación de precios. Restricciones. Beneficios de la fijación estratégica de precios. Planeamiento de la fijación de precios.

2. Costos y Precios

El objetivo del módulo es conocer los principales costos a ser considerados en la política de precios, que metodologías de fijación y estrategias son las más convenientes según el caso.

Temas del módulo: Clasificación de costos. Importancia de los costos en la fijación de precios. Costos relevantes para la fijación de precios. Economías de escala y curva de la experiencia. Comportamiento de las funciones de costo según hipótesis de rendimientos constantes o variables. Metodología full y direct cost. Estrategias de precio mínimo, técnico y objetivo. Margen de contribución. Rentabilidad. Punto de equilibrio. Análisis del beneficio. Beneficios e ingresos incrementales.

3. Precios en función de los objetivos de la empresa

El objetivo del módulo es comprender que los objetivos y las estrategias de precios están subordinados a los objetivos estratégicos de la empresa. Por lo general, las empresas centran sus objetivos en la rentabilidad, en la participación del mercado, en su supervivencia o en la competencia.

Temas del módulo: Estrategias en función de los objetivos: Roi, Maximización de los beneficios y de los ingresos. Estrategias de relación precio-calidad.



4. Precios y demanda

El objetivo del módulo es rever el papel del cliente en las decisiones de precio. De que manera evalúa las diferentes ofertas según se trate de mercados de consumo o industriales.

Temas del módulo: Decisiones de compra. Factores que afectan la sensibilidad al precio por parte del consumidor. Precio orientado al valor. Valor frente a precio. Análisis del valor económico. Componentes del valor. Elasticidad precio de la demanda, elasticidad renta. Demanda anómala en los bienes de lujo. Papel de la información en el análisis de las estrategias y políticas de la competencia. Como anticipar sus políticas. Utilización de recursos competitivos. Búsqueda de ventajas competitivas.

5. Precios y la psicología del consumidor

El objetivo del módulo es conocer el aporte de las teorías psicológicas y de la neurociencia en la mente del consumidor. Como es el modelo de conducta y de que manera puede investigarse el precio adecuado por técnica de investigación observacional o experimentales.

Temas del módulo: Modelo de la caja negra. Concepto de Valor. Valor por posesión. Precios habituales. Reacciones de los consumidores ante cambio de precios. Sensibilidad al precio de los compradores. Métodos de fijación de precios por valor percibido: Trade off, horquilla y experimentos.

6. Precios y la competencia.

El objetivo del módulo es reconocer los precios deben monitorearse permanentemente dado que el sistema es dinámico y las acciones y reacciones de la competencia pueden anular las ventajas competitivas conseguidas.

Temas del módulo: Identificación de la competencia. Modelo de las fuerzas competitivas y el impacto en la rentabilidad de la industria. Estrategias competitivas basadas en el precio. Modelo de Richard D'Aveni para mercados hipercompetitivos. La guerra de precios.



7. Precios y las variables comerciales y de marketing.

El objetivo del módulo es identificar las relaciones que se establecen entre el precio y: el ciclo de vida del producto, la segmentación de mercados, el posicionamiento de la marca y los canales de distribución en un contexto de coherencia estratégica.

Temas del módulo: El posicionamiento, el precio y las variables comerciales restantes. Fijación por líneas de producto. La fijación del precio en las etapas de Introducción, Desarrollo, Madurez y Declinación. Como segmentar a los clientes para una fijación efectiva de precios. Promociones basadas en el precio. Precios y márgenes en los canales de distribución. Política de descuentos y bonificaciones.

8. Precios en los mercados internacionales.

El objetivo del módulo es entender la formación de precios en los mercados de exportación e importación y con un número mayor de variables intervinientes.

Temas del módulo: Factores determinantes del precio internacional. Formación de costos y precios de exportación e importación. Derechos de importación y exportación. Barreras arancelarias y no arancelarias. Precio de venta FOB y CIF.