

Optimización de Estrategia de Precios

6-DÍAS



Charlie Do Amaral
Pricing Strategy Consultant

Por qué poner atención en la estrategia de precios?

La estrategia de fijación de precios es el **componente central** en el desempeño general de las utilidades de una empresa. El precio juega un papel fundamental, y ser capaces de **anticipar** el impacto que ciertas decisiones de precios tendrán en la demanda, es una gran ventaja competitiva.



“La decisión más importante al evaluar una empresa, es su poder de fijación de precios”

– *Warren Buffet* –

Pero, en términos simples, qué significa poder de fijación de precios?

Desglocemos la cita de Warren Buffet. Cuando una empresa tiene poder de fijación de precios, se refiere a que si la empresa decide aumentar el precio, el gerente no tiene que hacer una plegaria previa al aumento de precio.

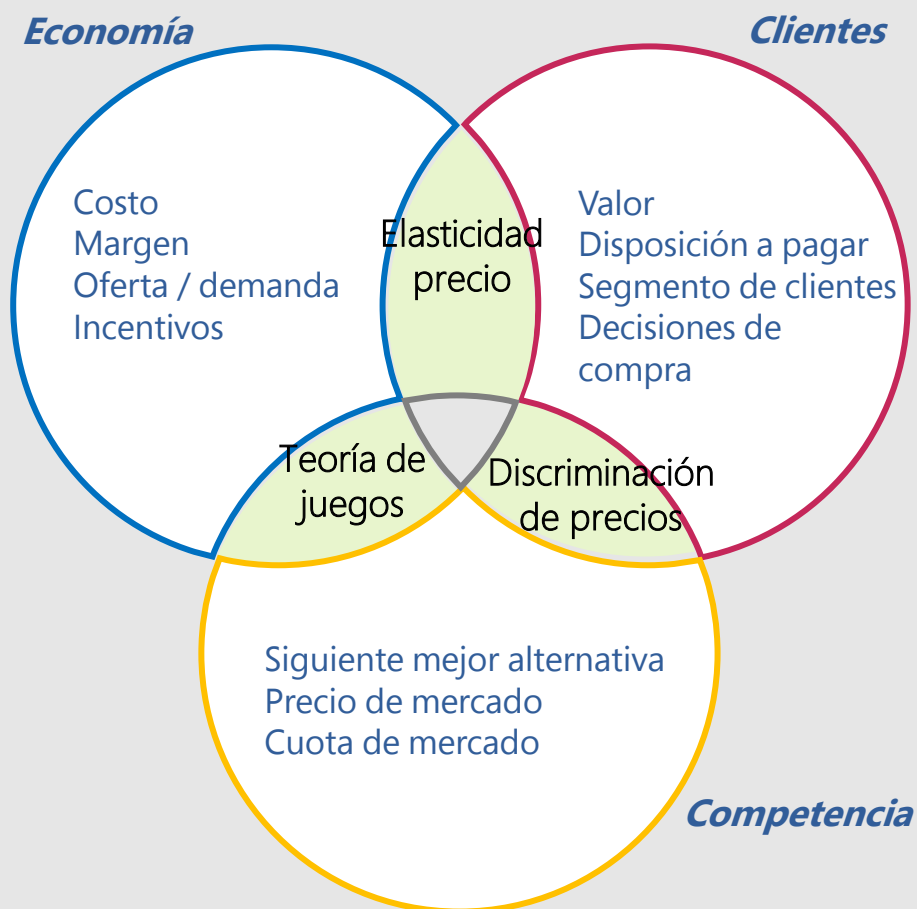
Debido a su poder de fijación de precios, la empresa no se va a ver afectada en su demanda. Es decir, esta empresa tiene la capacidad de aumentar sus precios sin problemas. Por Ej., Apple; el Iphone viene aumentando de precio prácticamente desde su lanzamiento.

Estrategias que llevan a cabo las empresas más exitosas en su sector, son las que aprenderá en el curso.



Enfoque: Tres lentes

El curso está estructurado en tres partes, que hacen referencia al marco fundamental de fijación de precios.



Los **costos** permiten asegurar un mínimo de rentabilidad

Los **impulsores de valor** determinan qué tan diferenciada está su oferta

Las ofertas de los **competidores** determinan variaciones de precios cuando sus ofertas son muy comparables

Comprender las razones y las diferentes circunstancias en cómo varía el costo, el valor y los precios de la competencia, es el poder que le permitirá poner en práctica estrategias de pricing óptimas.

Contenido



Resultados de aprendizaje previstos

Al finalizar el curso, el alumno será capaz de aplicar conocimientos de economía básica, comprender las técnicas de fijación de precios basada en valor y definir su entorno competitivo para optimizar su estrategia de fijación de precios.

PARTE UNO

Costo y Economía en la Estrategia de Pricing (Parte I)

Aplicar conocimientos de economía básica para tomar mejores decisiones de precios

- Comprender los fundamentos de las tres fuentes de información.
- Categorización de decisiones y procesos de precios
- Fijación de precios Cost-Plus



Sesión 1

- Fijación de precios orientada a la competencia
- Optimización matemática de precios (Oligopolio, monopolio y competencia monopolística)
- Sistemas de soporte a las decisiones de precios
- Modelos de competencia según la estructura de mercado



Sesión 2

Contenido



Sesión 3

PARTE UNO

Costo y Economía en la Estrategia de Pricing (Parte II)

Aplicar conocimientos de economía básica para tomar mejores decisiones de precios

- Preferencias del consumidor y función de respuesta al precio
- Demanda agregada
- Excedente del consumidor



Sesión 4

- Sensibilidad al precio (elasticidad) y disposición a pagar
- Distribución de la disposición a pagar
- Forma funcional de función de respuesta al precio

Sesión 5

PARTE DOS

Estrategias de Fijación de Precios Basada en Valor

Para aprovechar la técnica de fijación de precios basada en valor

- Modelo de Estimación de Valor Económico (EVE)
- Cálculo de impulsores de valor
- Segmentación de mercado basada en valor



Contenido



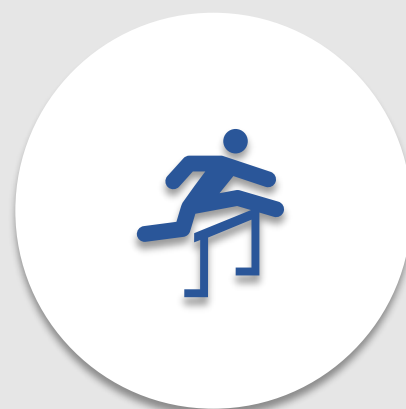
Sesión 6

PARTE TRES

Análisis de la Perspectiva de Mercado y Competencia

Para comprender el entorno competitivo de una empresa

- Marcos competitivos y estrategias
- Estrategias de precios según los diferentes marcos competitivos
- Diseño de modelos de precios (Arquitectura de pricing)



Precio:

Bolivia

Bs 690

Latinoamérica

\$us 190

EEUU y Europa

\$us 250



731 57424

Cursos participativos, con un propósito (inspirar a las personas) para entregar resultados!

Charlie Do Amaral
CONSULTING

www.charlie-do-amaral.github.io

