



LA GESTIÓN DE PRECIOS, UNA HERRAMIENTA ESTRATÉGICA

OBJETIVO

Al finalizar el seminario, los participantes serán capaces de evaluar los precios de los productos o servicios, elaborar un diagnóstico situacional para encarar la gestión de precios; también analizarán las respectivas estrategias o tácticas de precios de sus competidores en función a la información que éstos brindan al mercado.

PERFIL DEL PARTICIPANTE

Profesionales con relacionamiento laboral directo y/o indirecto en la fijación de precios.

Requisitos: Conocimientos básicos de gestión empresarial y MS Excel a nivel intermedio.

ENFOQUE DEL CURSO

Se brindará mayor importancia al análisis práctico cualitativo y al análisis de precios en planillas electrónicas, también se realizará análisis comparado de estrategias y tácticas de precios a nivel internacional, partiendo con una breve revisión de las nociones teóricas. La práctica se enfocará en función de aquellos rubros donde mayoritariamente trabajen los participantes, podrán plantear sus propios casos para permitir el intercambio de criterios, opiniones y experiencias. Posterior a la finalización del curso, los participantes podrán hacer consultas al instructor durante los siguientes tres días calendario.

CONTENIDO MÍNIMO

- Qué son los precios y dónde se desenvuelven?
- Un poco de teoría necesaria: Elasticidades. - Costos Medios, Costos Marginales. Ingresos Medios, Ingresos Marginales. Costos Incrementales y Costos No Incrementales. Ciclo de vida del producto. Bienes Normales y Bienes Inferiores.
- La fijación de precios o «Pricing».

- Los errores clásicos de la gestión de precios.
- ¿Cómo establecer el precio más adecuado?
- Las Herramientas de la Gestión de Precios.
- Deslumbre de Nicho de Mercado.
- Replanteo del Modelo de Negocios.
- Índice de Coherencia Tarifaria.
- Método PISMAG.
- 10 Ejercicios Prácticos en Excel con uso de Solver, intercambio de experiencias asociadas a los ejercicios en función a la información que quisieran compartir los participantes.
- ¿Es posible fijar precios de manera cualitativa?
- ¿Cómo elaborar un diagnóstico de “pricing” en las empresas?

INSTRUCTOR

Carlos Hugo Barbery Alpire

Economista DAEN. Diplomado en Ing. Financiera por la Pontificia Universidad Católica de Chile, Diplomado en Liderazgo para la Competitividad Global por Latin American Board. Certificación Máster Financial Professional por la American Academy of Financial Management. Magíster en Dirección Estratégica por la Universidad de León-España, Magíster en Seguridad, Defensa y Desarrollo por la Universidad Militar de las Fuerzas Armadas de Bolivia. Formación y entrenamiento en “Pricing” en Montevideo-Uruguay, Lima-Perú, y Santa Cruz de la Sierra. Experiencia de ocho años en fijación de precios y al presente Director de Contabilidad y Costos en COTAS R.L. Consejero de Investigaciones en Desarrollo Económico de la Academia Nacional de Ciencias de Bolivia, Filial Santa Cruz.

INFORMACIÓN IMPORTANTE

Fecha de Inicio: Del 16 al 21 de Mayo de 2016

Horarios: De Lunes a Viernes de 19:30 a 22:00 Hrs. y Sábado de 9:00 a 12:00 Hrs.

Lugar: Campus UPSA

Contacto: Ronie Kruklis 346-4000 int. 218 cenace@upsa.edu.bo