

## Fijación de Precios

### OBJETIVOS

- Brindar herramientas para comprender los diferentes métodos de fijación de precios y los diferentes factores que influyen en la determinación de estos, a efectos de seleccionar la estrategia más adecuada para la organización.

### PROGRAMA

#### Temario:

#### **Módulo 1: Introducción a los conceptos. Aspectos a tener en cuenta para la selección de objetivos de precio.**

**Temario:** Fase de relevamiento de los aspectos internos, como la estructura de costos, la política financiera y de distribución de la organización, y los aspectos externos, como la legislación vigente, contexto económico, competencia y clientes, que pueden influir de forma subjetiva u objetiva en la política de precios de la organización.

#### **Módulo 2: Estimación de Demanda y determinación del segmento.**

**Temario:** Definir el segmento específico del mercado objetivo de la organización. A partir de la definición de este se identificará el sector económico al que pertenece a efectos de proceder a su medición. El objetivo es poder cuantificar la cuota de mercado actual, fijar objetivos en base a esta y monitorear la evolución del sector. En este módulo se trabajarán con algunos indicadores económicos como consumo aparente (C.A.), producción (Índice Físico de producción), valor bruto de producción (VBP), productividad y tipo de cambio real (TCR), con el objetivo de conocer su definición e importancia. Asimismo se brindarán herramientas para la obtención y procesamiento de datos.

#### **Módulo 3: Pronóstico de la Demanda Futura.**

**Temario:** En función de la información obtenida en el Módulo 2, se revisarán las técnicas básicas para proyectar crecimientos de demanda futura de corto plazo u otros aspectos estadísticos a considerar en las proyecciones de ventas de determinados sectores. Asimismo se trabajará con algunas herramientas de marketing como Estrategia BCG (Boston Consulting Group).

#### **Módulo 4: Análisis de la Competencia.**

**Temario:** Este módulo pretende teorizar el funcionamiento de los mercados en competencia perfecta e imperfecta y entender como ello influye en la determinación de los precios. También se detallarán algunas formaciones y forma de funcionamiento de mercados específicos como la competencia monopolística entre otras.

#### **Módulo 5: Factores subjetivos para la determinación de precio.**

**Temario:** En este módulo se trabajarán aspectos que afectan la sensibilidad del precio como la percepción del cliente, juicios de valor, entre otros factores como la influencia del ciclo de vida del producto en la determinación de los precios. Asimismo se enseñarán tácticas para la determinación de la sensibilidad

de los consumidores, como métodos basados en el valor percibido y cálculos de la elasticidad precio de la demanda, en función a datos estadísticos del sector, ventas en supermercados o encuestas.

### **Módulo 6: Selección del método de fijación de precio y elección del precio definitivo.**

**Temario:** En función de todo lo trabajado, se procederán a la selección de la estrategia de precios más adecuada para la organización sus aspectos positivos y negativos y se procederá a la determinación de políticas de bonificaciones y descuentos, precios promocionales y otros sistemas de motivación comercial.

---

#### **Capacitador:**

##### **Dra. Anahi Rampinini**

Doctora en Desarrollo Económico (Universidad Nacional de Quilmes). Licenciado en Comercio Internacional (Universidad de Lujan). Ha cursado también la Maestría en Relaciones Económicas Internacionales (Universidad de Buenos Aires).

Es Becaria Doctoral del Conicet. Docente de Economía Internacional de la Universidad de Nacional de Lujan y de la Universidad de Moreno.

Ha publicado también trabajos en diversos medios sobre las temáticas industriales y de economía internacional.

Se desempeña como consultora en Económica y Comercio Internacional. Ha dicto distintas capacitaciones en empresas privadas, en particular del sector corrugador.

---

#### **Diagramación:**

##### **- Duración:**

- ✓ Programa de 8 horas puras de capacitación.
- ✓ Dos jornadas de extensión de 4 horas, en formato de curso abierto.

##### **- Alcance:**

Dirigido al personal de las áreas de Administración y de Producción. Gerentes Administrativos, de Costos y de Producción, Analistas de Costos, Personal de los sectores de dirección general, administración y de planificación.

##### **- Metodología:**

La capacitación combina los aspectos teóricos con ejercicios prácticos realizados con herramientas operativas para los cálculos propuestos. Análisis de casos, problemáticas y experiencias de trabajo.