



ENFOQUE DEL CURSO

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

OBJETIVO DEL CURSO

En el cambiante entorno de la realidad empresarial es necesario contar con habilidades que permitan tomar decisiones acertadas, como es el arte de gestionar los precios, que son la variable más sensible y de directa incidencia en los resultados de las empresas. 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, todo ello dentro de las empresas donde trabajan; como así también analizar 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 y/o estudiantes de pregrado de último año. En ambos casos con conocimientos básicos de las principales áreas de la gestión empresarial: Micro-Macro Economía, Costos, Finanzas, Estadística, Evaluación de Proyectos, Marketing, etc. como así también conocimientos de MS Excel 2013 de preferencia con un nivel intermedio a avanzado.



DURACIÓN

20 horas académicas.

CERTIFICACIÓN

El certificado es otorgado por la Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra – UPSA

REQUISITO TÉCNICO

Cada participante deberá llevar su computadora portátil (Windows 7 o superior y Office 2013) a partir del día miércoles 26 de abril.

- ¿Qué son los precios y dónde se desenvuelven?
 - Concepto de precios.
 - Mercados Regulados.
 - Mercados No Regulados.
- 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».
 - Factores Intervinientes.
 - Tipos de Fijación de precios.
- El poder de los precios.
- ¿Precio “caro” o “barato”?
- Los errores clásicos de la gestión de precios.
- ¿Cómo establecer el precio más adecuado?
 - Macro-Perspectiva: PRECIO – Input vs Output.
 - Micro-Perspectiva: 2C-2D-2M-2P.
- Las Herramientas de la Gestión de Precios.
 - Cálculo del Precio Mínimo.
 - Descuentos y Promociones.
 - Venta Cruzada y Venta Ampliada.
 - Estructuración de Categorías Tarifarias.
- Deslumbre de Nicho de Mercado.
- Replanteo del Modelo de Negocios.
- Índice de Coherencia Tarifaria.
- Método PISMAG.
- Análisis de la nueva normativa:
 - Autoridad del Juego.- RR N° 01-00007-15: Reglamento de Promociones Empresariales.
 - Servicio de Impuestos Nacionales.- RND N° 10-0008-15: Reglamento de Precios de Transferencia y RND N° 10-0021-16: Sistema de Facturación Virtual.
 - Presidencia del Estado.- Decreto Supremo N° 3050: Reglamento de Venta por Comisiones.
- Ejercicios Prácticos con intercambio de experiencias.
- ¿Es posible fijar precios de manera cualitativa?
- ¿Cómo hacer 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. 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 habiéndose desempeñado como Jefe de Análisis Tarifario en COTAS y al presente como Director de Contabilidad, Costos y Tributos. Vicepresidente de Ciencias de la Cultura del Consejo de Investigaciones de la Academia Nacional de Ciencias de Bolivia, Filial Santa Cruz.