



Curso Online de **Pricing para Exportaciones**

Conceptos y herramientas para el cálculo y la fijación de precios en sus operaciones de exportación.

ARGENTINA
(54) 1159839543

BOLÍVIA
(591) 22427186

COLOMBIA
(57) 15085369

CHILE
(56) 225708571

COSTA RICA
(34) 932721366

EL SALVADOR
(503) 21366505

MÉXICO
(52) 5546319899


Iniciativas Empresariales
| estrategias de formación


**MANAGER
BUSINESS
SCHOOL**

atcliente@iniciativasempresariales.edu.es
america.iniciativasempresariales.com
Sede Central: BARCELONA - MADRID



Llamada Whatsapp
(34) 601615098

PERÚ
(51) 17007907

PANAMÁ
(507) 8338513

PUERTO RICO
(1) 7879457491

REP. DOMINICANA
(1) 8299566921

URUGUAY
(34) 932721366

VENEZUELA
(34) 932721366

ESPAÑA
(34) 932721366

Presentación

El precio es un elemento esencial en la oferta comercial de las empresas. Errores en esta variable de marketing pueden dejar a la empresa fuera del mercado, reducir sus beneficios potenciales o incluso incurrir en pérdidas. Es pues esencial calcular correctamente el precio de los productos o servicios.

En todo proceso de exportación intervienen un conjunto de elementos que complican aún más la determinación de los precios. Entre éstos podemos mencionar un entorno de competencia y de mercado distintos, posibles cambios en la divisa de cobro y complicaciones en la logística de los productos y las personas.

Habitualmente, la repartición de los costes logísticos entre comprador y vendedor se fija a través de los llamados Incoterms. Es pues necesario conocer estos términos del comercio internacional y utilizarlos correctamente, con la finalidad de tener claros cuáles son los costes de transporte que asume el exportador y poder reflejarlos en el precio final.

Este curso le proporcionará conocimientos para conseguir determinar correctamente los precios en sus operaciones de exportación. Desarrolla un modelo pedagógico en el que se cubren secuencialmente los distintos pasos a seguir para fijar este elemento, desde el cálculo de costes hasta la investigación de la competencia y la demanda.

La Formación E-learning

Con más de 35 años de experiencia en la formación de directivos y profesionales, Iniciativas Empresariales y la Manager Business School presentan sus cursos e-learning. Diseñados por profesionales en activo, expertos en las materias impartidas, son cursos de corta duración y eminentemente prácticos, orientados a ofrecer herramientas de análisis y ejecución de aplicación inmediata en el puesto de trabajo.

Nuestros cursos e-learning dan respuesta a las necesidades formativas de la empresa permitiendo:

1 La posibilidad de *escoger* el momento y lugar más adecuado para su formación.

2 *Interactuar* con otros estudiantes enriqueciendo la diversidad de visiones y opiniones y su aplicación en situaciones reales.

3 *Aumentar sus capacidades* y competencias en el puesto de trabajo en base al estudio de los casos reales planteados en el curso.

4 *Trabajar* con los recursos que ofrece el entorno on-line.

Objetivos del curso:

- Conocer la importancia del precio como herramienta de venta y su papel crítico en el éxito comercial y financiero de la exportación.
- Conocer el rol de los Incoterms en la fijación del precio.
- Analizar los Incoterms y su clasificación entre tipo “E”, “F”, “C” y “D”, y entre Incoterms marítimos y multimodales.
- Identificar las implicaciones de riesgo y coste de la elección del Incoterm.
- Analizar los distintos métodos para fijar los precios: “top down” y “cost plus” así como sus ventajas e inconvenientes.
- Cómo realizar el cálculo de los costes asociados a cada operación de exportación.
- Conocer la importancia del estudio de la competencia y el mercado para la determinación del precio de exportación.
- Conocer algunos de los errores más habituales en la fijación de precios internacionales.
- Los intermediarios comerciales: agentes y distribuidores. El análisis y la consideración de su coste en el momento de fijar los precios.
- Canales de venta cortos y largos: su influencia en la determinación y en el control de la estrategia de precios.
- Cuáles son las razones por las que una correcta estrategia de precios comporta una ventaja competitiva para la empresa y es una de las principales formas de aumentar ingresos y evitar costosos errores de posicionamiento.

“ Para conocer la importancia del precio como herramienta de venta y su papel crítico en el éxito comercial y financiero en la exportación ”

Dirigido a:

Directores Comerciales, de Marketing y Ventas de empresas exportadoras.

Estructura y Contenido del curso

El curso tiene una duración de 30 horas lectivas 100% online que se realizan a través de la plataforma e-learning de Iniciativas Empresariales que permite el acceso de forma rápida y fácil a todo el contenido:

Manual de Estudio

5 módulos de formación que contienen el temario que forma parte del curso y que ha sido elaborado por profesionales en activo expertos en la materia.

Material Complementario

En cada uno de los módulos que le ayudará en la comprensión de los temas tratados.

Ejercicios de aprendizaje y pruebas de autoevaluación

para la comprobación práctica de los conocimientos adquiridos.

Bibliografía y enlaces de lectura recomendados para completar la formación.

Metodología 100% E-learning



Aula Virtual *

Permite el acceso a los contenidos del curso desde cualquier dispositivo las 24 horas del día los 7 días de la semana.

En todos nuestros cursos es el alumno quien marca su ritmo de trabajo y estudio en función de sus necesidades y tiempo disponible.



Soporte Docente Personalizado

El alumno tendrá acceso a nuestro equipo docente que le dará soporte a lo largo de todo el curso resolviendo todas las dudas, tanto a nivel de contenidos como cuestiones técnicas y de seguimiento que se le puedan plantear.



* El alumno podrá descargarse la APP Moodle Mobile (disponible gratuitamente en Google Play para Android y la Apple Store para iOS) que le permitirá acceder a la plataforma desde cualquier dispositivo móvil y realizar el curso desde cualquier lugar y en cualquier momento.

Contenido del Curso

MÓDULO 1. El rol del precio y su importancia en el éxito de la exportación

2 horas

La fijación de los precios es una parte crucial en la elaboración de la oferta comercial de las empresas. Errores en la política de precios se traducen directamente en la cuenta de resultados de la organización, pudiendo dejarla fuera del mercado, reducir sus beneficios y complicar su viabilidad. Comporta, además, unas dificultades adicionales debido a la participación de elementos nuevos a considerar: diferente competencia, cambios en la moneda de cobro, posibles aranceles a la importación, etc.

- 1.1. Introducción al curso.
- 1.2. El precio como herramienta de venta.
- 1.3. El estudio de la competencia y el posicionamiento del producto.
- 1.4. Las guerras de precios. Las Reglas de WINKLER para afrontarlas y sobrevivir.

MÓDULO 2. Los Incoterms y su papel en la fijación del precio

6 horas

Los Incoterms son un conjunto de reglas, de aceptación voluntaria de las partes, que indican qué porción de los costes y riesgos logísticos asume el vendedor y cuáles el comprador. La información sobre el precio de exportación no es completa si además del importe y la moneda no indicamos el Incoterm.

- 2.1. Definición y evolución histórica de los Incoterms.
- 2.2. Los INCOTERMS 2010.
- 2.3. Tipos de Incoterms.
- 2.4. Ventajas e inconvenientes y consejos para la utilización de los Incoterms.

MÓDULO 3. Distintos métodos para la fijación del precio y su cobertura

4 horas

- 3.1. Método “Cost Plus”.
- 3.2. Método “Top Down”.
- 3.3. Modalidades de precios.
- 3.4. Los precios de exportación de los servicios.

MÓDULO 4. El proceso para determinar el precio

16 horas

- 4.1. El sistema Cost Plus:
 - 4.1.1. El cálculo de costes variables.
 - 4.1.2. El Margen de Contribución.
 - 4.1.3. Costes específicos de exportación.
 - 4.1.4. Costes logísticos según el Incoterm.
 - 4.1.5. Cálculo de márgenes y recargos (Marks Ups).
 - 4.1.6. La moneda.
 - 4.1.7. Comparación con el precio de mercado.
- 4.2. El sistema Top Down:
 - 4.2.1. Cálculo de márgenes y recargos (Marks Ups).
 - 4.2.2. Costes logísticos según el Incoterm.
 - 4.2.3. Costes específicos para la exportación.
 - 4.2.4. Los costes variables.
- 4.3. Anexos:
 - 4.3.1. Anexo I: el riesgo de tipo de cambio y su cobertura.
 - 4.3.2. Anexo II: documentos comerciales y de transporte en el comercio internacional.
 - 4.3.3. Anexo III: gastos aduaneros y arancelarios.

MÓDULO 5. Reflexiones y consejos finales para establecer los precios de exportación

2 horas

- 5.1. Catorce consejos sobre el precio de exportación de los productos.
- 5.2. Algunos consejos para preparar una negociación multicultural.

Autor



Joan Freixanet

Doctor en Administración de Empresas. Licenciado y Máster en International Management por ESADE, compagina desde hace más de 15 años tareas docentes con la consultoría en Desarrollo Internacional de Empresas en aspectos como la planificación de la internacionalización, estudios de mercado y la operativa en comercio exterior.

Está acreditado por ICEX, ACCIO y Cámaras de Comercio para sus programas de asesoramiento.

Titulación

Una vez finalizado el curso el alumno recibirá el diploma que acreditará el haber superado de forma satisfactoria todas las pruebas propuestas en el mismo.

