

# Pricing para Crisis y No Crisis

inicio  
**08.11.21**

En este curso trabajaremos diversas herramientas para tomar mejores decisiones de valor, con ejemplos robustos, actuales en crisis y no crisis, en diferentes categorías con la finalidad de generar oportunidades de precio y valor.

Podremos escoger una categoría de un producto/servicio y tendremos la oportunidad de presentarla utilizando las herramientas desarrolladas en el curso aprovechando la discusión que enriquecerá el debate.

Docente

→ **Edwards  
Taboada**



Experto en el área de Pricing & Revenue Management. Creó y lideró el área de Precios en Backus obteniendo los más altos reconocimientos internacionales.

Gerente Comercial del Grupo Alimenta, ex VP Comercial en Menorca Inversiones, Socio consultor comercial en Aliar SAC, Consultoría especializada en desarrollar estrategias comerciales.

Lideró en Backus las marcas Cusqueña, Arequipeña, Pilsen Trujillo y San Juan, y la Gerencia Nacional de Trade Marketing

Economista de la PUCP con MBA en la UPC. Docente activo en Maestrías en los cursos de: Revenue Management, Pricing y Creación de marcas de valor desde hace 9 años.



# Pricing para Crisis y No Crisis

→ Edwards Taboada

## Malla Curricular

### Sesión 1

📅 08.11.21

#### Fundamentos del Valor

Realizaremos un Fast-Track de los conceptos teóricos y de las variables más importantes que debemos analizar para tomar decisiones correctas de precios.

### Sesión 2

📅 10.11.21

#### Oportunidades en la Categoría

Integraremos mediante el desarrollo de un caso de Kellog, las variables relevantes de análisis para la segmentación y fijación de precios. Introduciremos la herramienta de Price Brand Ladder para analizar los segmentos de precios del mercado identificando oportunidades.

### Sesión 3

📅 15.11.21

#### Oportunidades en las marcas

Analizaremos el enfoque de Beneficio Percibido y Valor percibido utilizando la herramienta Value Map y Conjoint para detectar oportunidades desde el valor.



### Sesión 4

📅 17.11.21

#### Oportunidades en las transacciones clientes

Revisaremos las herramientas de análisis transaccional para encontrar oportunidades desde el enfoque de los descuentos y/o promociones.

### Sesión 5

📅 22.11.21

#### Integrando aprendizajes y consultas

Compartiremos aprendizajes y oportunidades de valor en las diferentes categorías donde trabajamos usando las herramientas y metodología del curso y considerando el contexto actual de crisis al cual nos enfrentamos.



## Objetivos del curso

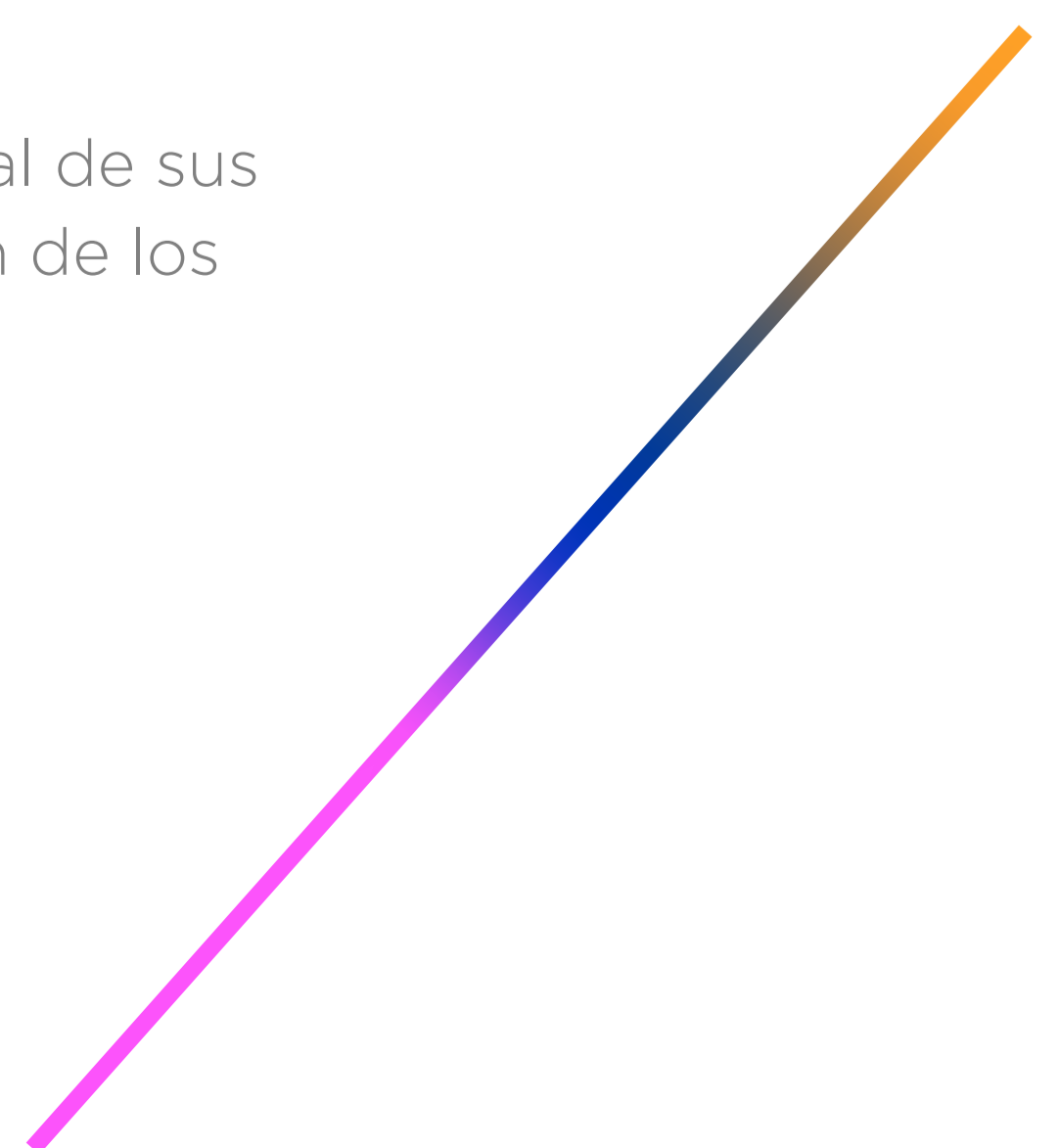
- Aplicaremos las diferentes estrategias de precios analizando las características internas y entorno competitivo de la empresa, con la finalidad de afrontar diferentes situaciones comerciales y poder determinar los niveles de precios óptimos que nos permitan capturar el mayor valor de Mercado.
- Aplicaremos las diferentes herramientas de análisis de precios que faciliten la definición de la estrategia.

## ¿Por qué asistir?

- El precio es la variable que tiene mayor impacto para mejorar la rentabilidad del negocio.
- Todos queremos determinar los precios óptimos que nos permitan alcanzar los objetivos de volumen e ingresos.
- Un precio inadecuado, reduce nuestra competitividad y reduce el valor de nuestra marca y negocio.

## Dirigido a

Profesionales que tengan bajo su responsabilidad la gestión comercial de sus negocios/marcas y quieran mejorar el valor de estos desde la gestión de los precios.



# Pricing para Crisis y No Crisis

→ Edwards Taboada

## Información General

### Fechas

#### Sesión 1

Lunes 08 de noviembre 2021

#### Sesión 2

Miércoles 10 de noviembre 2021

#### Sesión 3

Lunes 15 de noviembre 2021

#### Sesión 4

Miércoles 17 de noviembre 2021

#### Sesión 5

Lunes 22 de noviembre 2021

### Horarios

07:00 PM a 10:00 PM / HRS PET

### Certificado

Certificado Digital de Participación emitido por Seminarium Perú y Edwards Taboada.



### Inversión\*

	PRECIO + IGV
Precio Regular	S/ 1,350.00
Corporativo (a partir de 3 inscritos)	S/ 1,080.00

\* Valor de inscripción por persona.  
Precios expresados en Soles incluyen el IGV.

#### NOTAS

- El curso se abrirá con un mínimo de 15 alumnos inscritos.
- Aforo máximo de 40 alumnos.
- Se debe asistir a las 5 sesiones para obtener el Certificado Digital de Participación.



100% práctico



100% online



Docente en vivo



15 horas de capacitación



Sesión de preguntas & respuestas