
APEC: CRECIMIENTO DE LAS EMPRESAS INDÍGENAS A TRAVÉS DEL COMERCIO (FASE 3) 2024

**Las 5 estrategias de
precios clave**





PRECIOS ESTRATÉGICOS PARA EL ÉXITO DE LAS EXPORTACIONES

Factores de la estrategia de precios

- Una estrategia de precios se refiere a los métodos de las empresas para determinar el mejor precio para sus productos o servicios.
- Implica el análisis de varios factores, entre ellos:
 - Costes de producción
 - Demanda del mercado
 - Precios de la competencia
 - Valor percibido para los clientes.

Importancia de una estrategia de precios eficaz

- Para los exportadores, establecer una estrategia de precios sólida es particularmente importante debido a las complejidades de los mercados internacionales.
- Una estrategia de precios eficaz es crucial para:
 - Alcanzar los objetivos de negocio
 - Maximizar los beneficios
 - Garantizar la sostenibilidad a largo plazo

Navegando por los desafíos del mercado

- Una estrategia de precios bien definida puede ayudar a los exportadores a seguir siendo competitivos, gestionar eficazmente los costos y adaptarse a los cambios del mercado.
- Los exportadores deben navegar:
 - Variación de las condiciones económicas
 - Fluctuaciones monetarias
 - Diversas preferencias de los clientes.



LAS 5 ESTRATEGIAS DE PRECIOS CLAVE

1. Precios de costo más beneficio

- Esta estrategia consiste en calcular el costo total de producción (costos fijos y variables) y agregar un porcentaje de margen para determinar el precio de venta.
- **Ventajas:** Fácil de calcular y garantiza que todos los costos estén cubiertos.
- **Desventajas:** No tiene en cuenta la demanda del mercado ni los precios de la competencia.

2. Precios basados en el valor

- Los precios se establecen en función del valor percibido del producto o servicio para el cliente en lugar del costo de producción.
- **Ventajas:** Puede conducir a mayores márgenes de beneficio si los clientes perciben un alto valor.
- **Desventajas:** Requiere una comprensión profunda de las preferencias de los clientes y las tendencias del mercado.

3. Precios basados en la competencia

- Bajo esta estrategia, los precios se determinan en función de las estrategias de precios de los competidores. Esto puede implicar precios por debajo, por encima o en paridad con los competidores.
- **Ventajas:** Ayuda a seguir siendo competitivo y a atraer a clientes sensibles al precio.
- **Desventajas:** Riesgo de guerras de precios y puede pasar por alto propuestas de valor únicas.

4. Precios de penetración

- Se trata de establecer un precio inicial bajo para atraer clientes y ganar cuota de mercado rápidamente, y luego aumentar gradualmente el precio.
- **Ventajas:** Eficaz para entrar en un mercado competitivo y atraer a clientes sensibles al precio.
- **Desventajas:** Puede provocar pérdidas iniciales y puede ser difícil subir los precios más adelante.

5. Precios de desnatado

- Esto implica establecer un precio alto inicialmente para un producto nuevo o innovador y reducirlo con el tiempo a medida que evoluciona el mercado.
- **Ventajas:** Maximiza los beneficios de los primeros usuarios que son menos sensibles al precio.
- **Desventajas:** Puede limitar la penetración en el mercado y atraer rápidamente a la competencia.

Conclusión

- En conclusión, seleccionar la estrategia de precios adecuada es crucial para el éxito empresarial.
- Debe alinearse con los objetivos comerciales generales, las condiciones del mercado y las expectativas de los clientes.
- La revisión y el ajuste periódicos de las estrategias de precios en función de los comentarios del mercado son esenciales para mantener la competitividad y la rentabilidad.



Questions (Preguntas)

Disclaimer

The information contained in this presentation reflects publicly available information, or information supplied by individuals and organisations in Australia. All due care has been taken to ensure that the training material is free from errors or omission. However, the ECA does not guarantee or warrant the accuracy, reliability, completeness or currency of the information in this presentation, nor its usefulness in achieving any purpose, commercial or otherwise.

Delegates are responsible for assessing the relevance and accuracy of the content of this training material. Delegates who choose to engage directly with a presenter following sessions, are responsible for assessing the suitability of the presenter for the engagement, and for conducting all necessary due diligence. No responsibility whatsoever can be accepted by the presenters, publishers, editor, researchers, or any other person or company involved in the preparation of this presentation for accuracy or usefulness of any information contained herein or as a result of any subsequent engagement between the delegate and any presenter. Any consequential loss or damage suffered as a result of reliance on this information is the sole responsibility of the delegate. No warranty, express or implied, is given and no legal responsibility is assumed by the ECA, its servants or contractors.



Think Global Trade
Think ECA

export.org.au

+61 2 8243 7400 | info@export.org.au