
inexmoda
CONOCE, CONECTA Y TRANSFORMA


PROYECTO
RISARALDA
06/08/2025
INEXMODA


ESTRATEGIA DE
PRECIOS
INEXMODA

Gabriel Gallo



Vivir para Servir y Conectar.

Consultor Comercial, Docente y Fundador de **linkedtop**.

Ayudo a las empresas a convertir sus prospectos en clientes.

Vendedor orientado a la **venta silenciosa.**

linkedin.com/in/gabriel-jaime-gallo-alvarez

+57 322 2686644



INEXMODA



EXPECTATIVAS

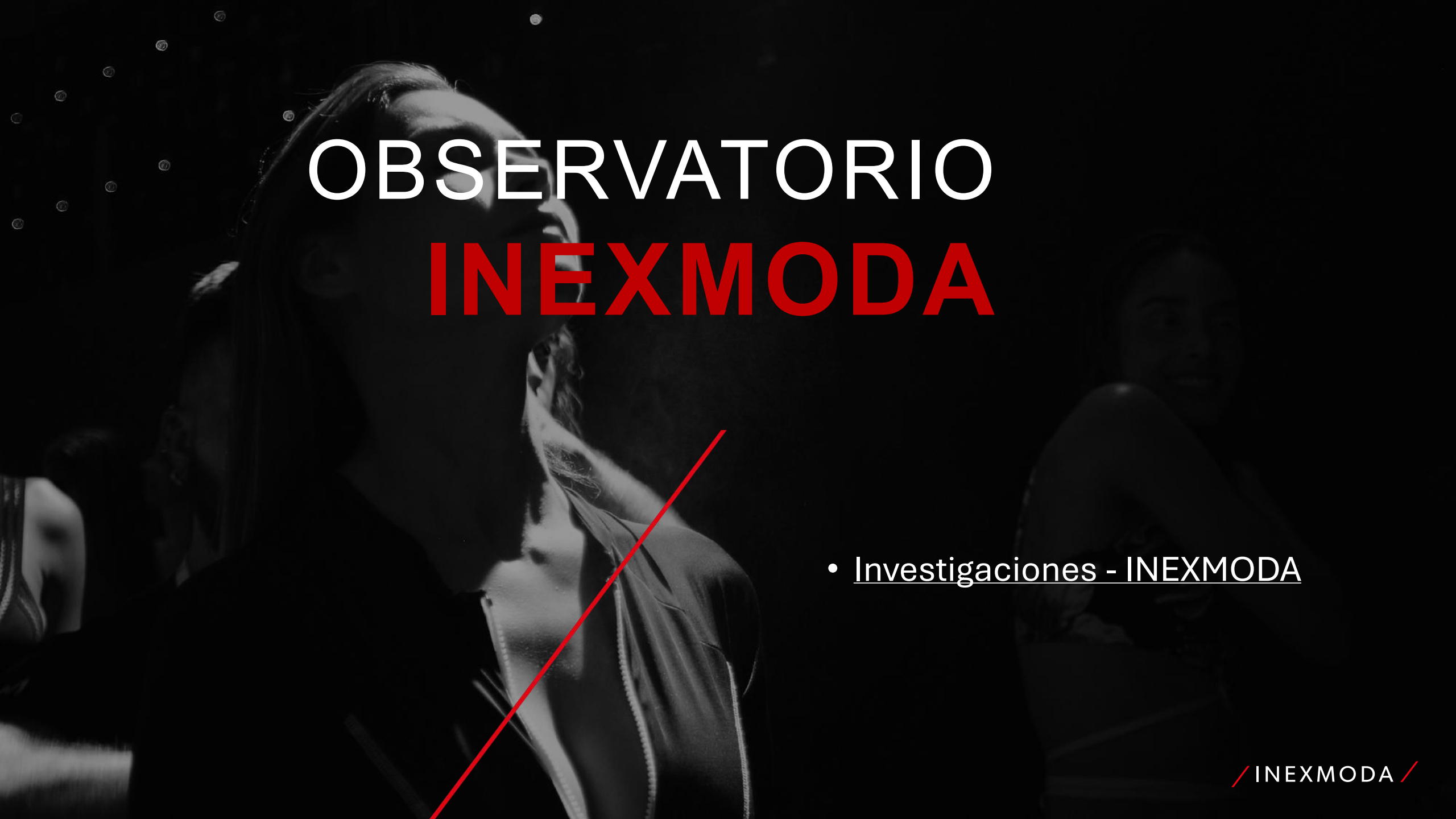
1.

2.

3.

INEXMODA


¿CUÁL ES EL HITO MÁS SIGNIFICATIVO EN 2025?
INEXMODA



OBSERVATORIO INEXMODA

- Investigaciones - INEXMODA


MARGEN +
COSTO
COMPETENCIA
Percepción de
Valor
INEXMODA

MARGEN +
COSTO



Porcentaje de
Venta Ponderado



Costos
Variables



Margen
Bruto

Costos
Fijos

Precios de los
Productos



Escenarios
Proyecciones

INEXMODA



Costos Variables

- Materia prima.
- Insumos.
- Materiales generales.
- Comisiones sobre ventas.
- Envases y embalajes.
- Impuestos específicos.
- Combustible y recursos energéticos.
- Costos de distribución.
- Proveedores externos.

Costos Fijos

- Impuestos inmobiliarios.
- Servicios públicos (luz, gas, agua).
- Alquiler de los inmuebles
- Seguros.
- Materiales de oficina.
- Servicio de internet.
- Mano de obra indirecta.
- Personal de vigilancia.
- Gastos de administración.
- Transporte.
- Tributos (licencias, tasas municipales).

Margen + Costo

VENTAJAS

- Se define el margen bruto deseado.
- Calcular el precio para todo el portafolio de productos.
- Tiene en cuenta todos los costos de la empresa.
- Método sencillo de utilizar (Ej. Plantilla de Excel).

DESVENTAJAS

- ¿Estaremos dejando dinero sobre la mesa?
- El precio puede variar de acuerdo con la volatilidad de los costos, por tanto, no es predecible.

Ejercicio **Práctico**

	COSTOS FIJOS	GANANCIA DESEADA	MARGEN BRUTO	VENTA REQUERIDA PE $
	$ -	$ -	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!

								COMPROBACION	
PRODUCTOS	COSTO VENTA UNITARIO	PRECIO VENTA UNITARIO	% VENTA PONDERADO	GANANCIA UNITARIA	% GANANCIA UNITARIA	VENTAS REQUERIDAS	UNIDADES VENTAS REQUERIDAS	CV TOTAL	VTA TOTAL
1	$ -	$ -	#¡DIV/0!	$ -	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!
2	$ -	$ -	#¡DIV/0!	$ -	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!
3	$ -	$ -	#¡DIV/0!	$ -	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!
4	$ -	$ -	#¡DIV/0!	$ -	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!
5	$ -	$ -	#¡DIV/0!	$ -	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!
TOTAL	$ -	$ -	#¡DIV/0!	$ -	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!	#¡DIV/0!

MARGEN GANANCIA		PV VENTA		PE UNIDADES			#¡DIV/0!	

INEXMODA



Competencia

Niveles de Precios

Referenciación Comercial

INEXMODA

Competencia

VENTAJAS

- Asignación en escalas de precios acorde a los productos que nos compiten.
- Disciplina de referenciación comercial (Benchmarking).

DESVENTAJAS

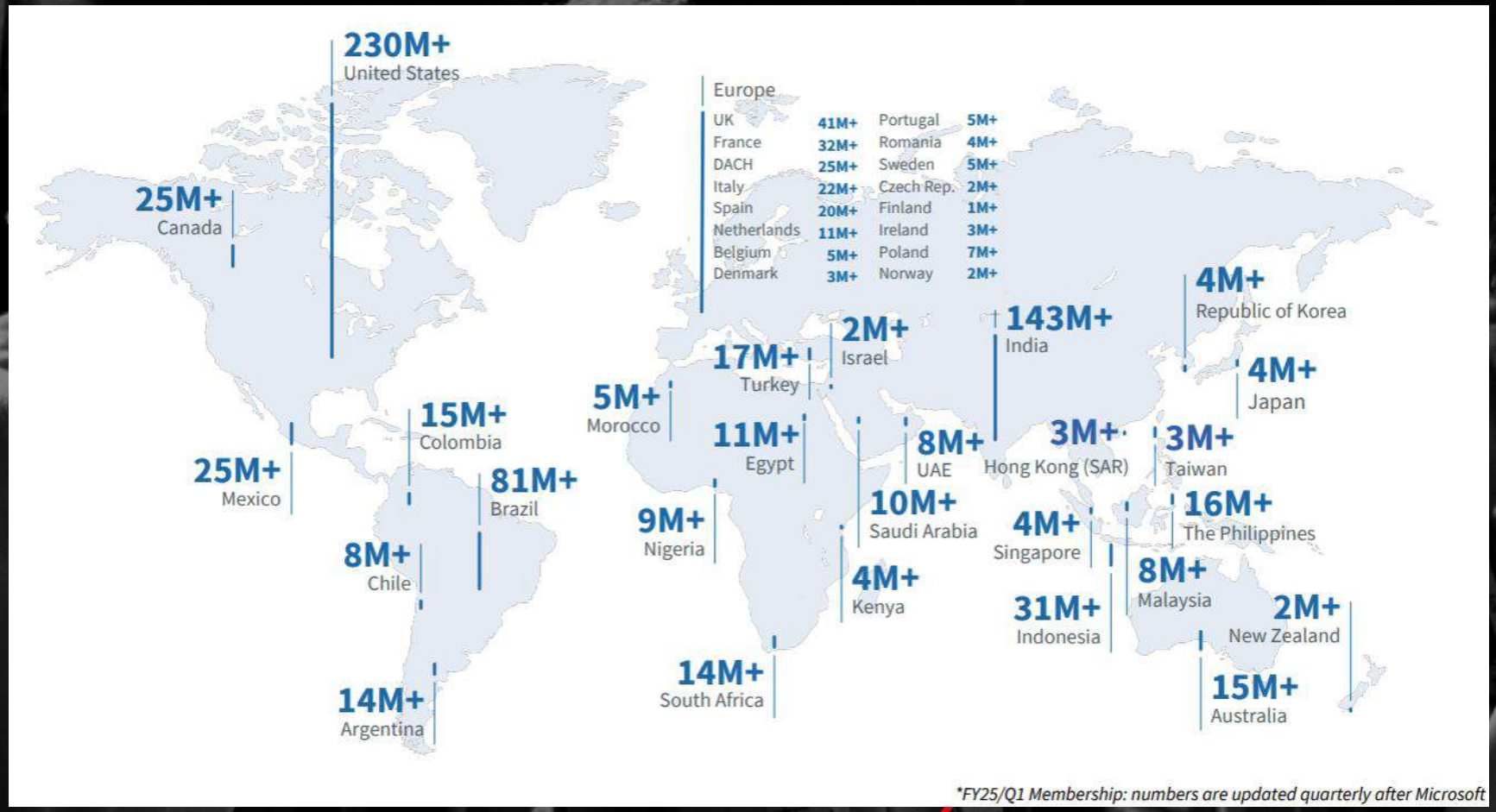
- ¿Conoces tu capacidad para aumentar los precios sin afectar la demanda?
- Productos altamente diferenciados que no tienen competencia en el mercado.

LinkedIn



INEXMODA

LinkedIn



*FY25/Q1 Membership: numbers are updated quarterly after Microsoft

INEXMODA


LinkedIn
1.200 MM
Usuarios a nivel global.
INEXMODA


LinkedIn
67.000.000 MM
Empresas acceden de forma diaria
INEXMODA


LinkedIn
13.000
Conexiones se generan por minuto
INEXMODA

LinkedIn



112.000.000 MM

Usuarios en LATAM

LinkedIn



1.2%

Genera contenido de valor en el último mes

INEXMODA


Percepción de VALOR
¿Estamos capturando el máximo valor posible?
INEXMODA

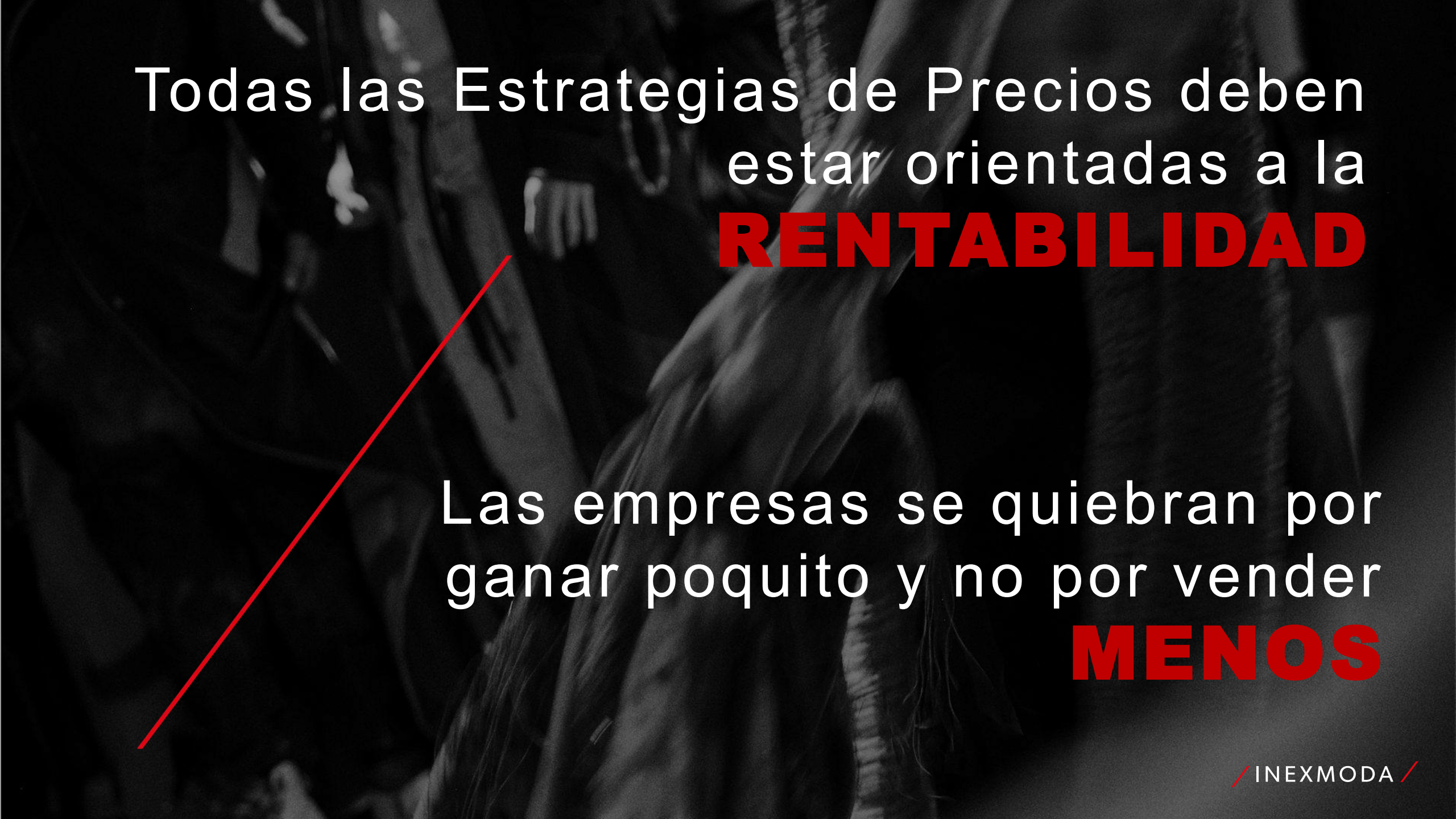
Percepción de **VALOR**

Utilizo las **percepciones de valor**, los atributos y los beneficios de mi Propuesta de Valor.

Tengo claridad total de lo que mi cliente **valora**.

- VENTAJAS

- Fortalece las promesas de tu marca. Te hace ágil en el mercado.
- Te brinda más información sobre lo que los consumidores esperan de tu producto.
- Es un método muy recomendado, porque tiene presente 3 metodologías.
- Se tienen muy claros los beneficios que le aporta la marca al mercado.


Todas las Estrategias de Precios deben estar orientadas a la
RENTABILIDAD
Las empresas se quiebran por ganar poquito y no por vender
MENOS
INEXMODA


Percepción de
Valor
DESEO
ESTATUS
EXCLUSIVIDAD
INEXMODA

PLAN DE
INTERCAMBIO COMERCIAL

Negociar pronto pago:

Otorgar un descuento condicionado al mejoramiento en los tiempos de pago.

Ejemplo: 30 o 45 días en vez de 90

Objetivo: Utilizar del descuento para mejorar la cartera.

PLAN DE
INTERCAMBIO COMERCIAL

Negociar mayores volúmenes

Otorgar un descuento condicionado a la compra por volumen para una única compra.

Otorgar un descuento condicionado a una compra durante un mayor periodo de tiempo.

Ejemplo: Trimestral, semestral o anual

Objetivo: Buscar negociar por más tiempo

PLAN DE
INTERCAMBIO COMERCIAL

Solicitar Referidos

Otorgar un descuento condicionado a los referidos que te envíe un cliente

Ejemplo: Por cada cliente referido con compras efectivas establecer una tabla de descuento, el producto vale $100 y otorgas un descuento del 10%

Objetivo: Ampliar la base de clientes nuevos en el embudo de ventas.

PLAN DE
INTERCAMBIO COMERCIAL

Solicitar Referidos

Otorgar un descuento condicionado a los referidos que te envíe un cliente

Ejemplo: Por cada cliente referido con compras efectivas establecer una tabla de descuento, el producto vale $100 y otorgas un descuento del 10%

Objetivo: Ampliar la base de clientes nuevos en el embudo de ventas.

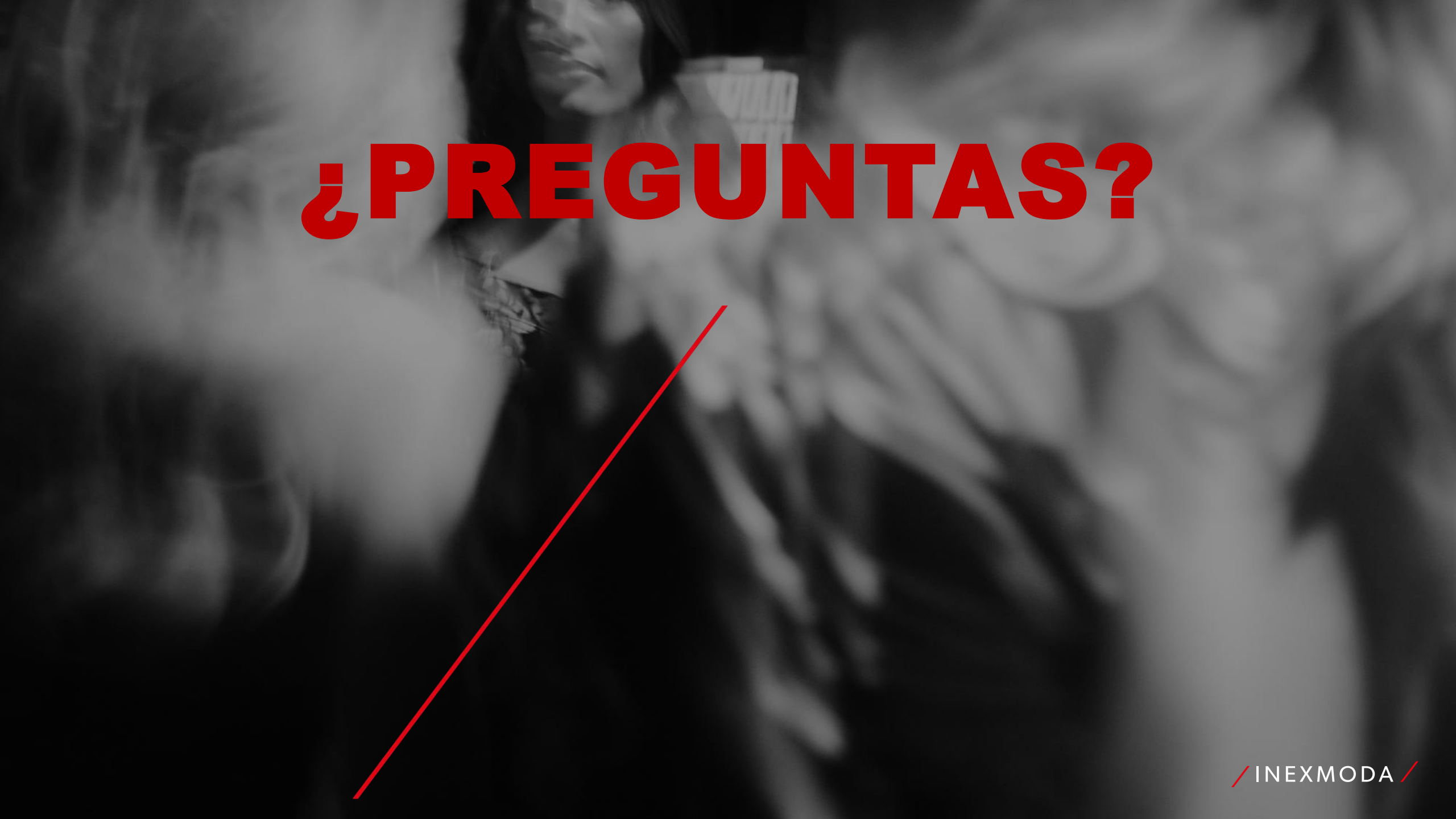
¿Cómo estás aprovechando la IA?







INEXMODA


¿PREGUNTAS?
INEXMODA


GRACIAS
INEXMODA



CONTÁCTANOS

info@inexmoda.org.co

www.inexmoda.org.co

inexmoda

CONOCE, CONECTA Y TRANSFORMA