

Índice del Curso: Determinación de Precios y Mercados para Gasolineros

Índice

1. Introducción al mercado de combustibles

- 1.1. Estructura del mercado de combustibles
- 1.2. Actores clave en la cadena de valor
- 1.3. Componentes del precio
- 1.4. Regulaciones y normativas aplicables

2. Fundamentos de la determinación de precios

- 2.1. Factores que influyen en los precios del combustible
- 2.2. Impuestos, estímulos semanales y fronterizos
- 2.3. Terminales Pemex, privadas y logística
- 2.4. Distribuidores
- 2.5. Precios de mayoreo y descuentos de Pemex
- 2.6. Precios internacionales del petróleo y su impacto
- 2.7. Costos de operación y márgenes de ganancia

3. Análisis de mercados de interés

- 3.1. Definición y segmentación de micromercados, rutas y zonas
- 3.2. Tipos de jugadores: Coco Dodo Codo
- 3.3. Tipos de jugadores: Imagen, marca, GIE
- 3.4. Infraestructura y servicios complementarios
- 3.5. Herramientas para el análisis de la competencia
- 3.6. Comportamiento del consumidor en mercados locales
- 3.7. Monitoreo de precios y tendencias en tiempo real

4. Estrategias de pricing

- 4.1. Gasolina regular, premium y diésel
- 4.2. Líder vs seguidor

- 4.3. Precio promedio, más bajo o alto
- 4.4. Precios intradía
- 4.5. Por inventarios
- 4.6. Por margen de ganancia
- 4.7. Con base en rentabilidad
- 4.8. Huachicol fiscal
- 4.9. Estrategia de aperturas
- 4.10. Posicionamiento
- 4.11. Descuentos y promociones: cuándo y cómo implementarlos
- 4.12. Estrategias de fidelización a través del pricing
- 4.13. Rockets and Feathers
- 4.14. Regulación de competencia económica

5. Rentabilidad

- 5.1. Elasticidad: precio vs ventas
- 5.2. Elasticidad: precio vs satisfacción
- 5.2. Margen bruto mínimo
- 5.3. Capex y Opex
- 5.4. Optimización del surtido de productos para maximizar márgenes
- 5.5. Rentabilidad a corto, mediano y largo plazo

6. Fijación de precios en un entorno cambiante

- 6.1. Adaptación a fluctuaciones del mercado
- 6.2. Implementación de ajustes en precios
- 6.3. Respuesta ante variaciones en la demanda
- 6.4. Comunicación efectiva de cambios de precios a clientes

7. Herramientas y tecnologías para la gestión de precios

- 7.1. Planes de negocio
- 7.2. Plataformas para el monitoreo de competencia
- 7.3. Automatización en la fijación de precios
- 7.4. Integración de tecnologías emergentes (IA, Big Data)

8. Casos prácticos y ejercicios

- 8.1. Análisis de casos de éxito y fracaso
- 8.2. Ejercicios de determinación de precios en diferentes escenarios
- 8.3. Simulaciones de cambios en el mercado y su impacto en precios

9. Conclusiones y buenas prácticas

- 9.1. Resumen de conceptos clave
- 9.2. Otros conceptos importantes: satisfacción al consumidor
- 9.3. Recomendaciones para la gestión efectiva de precios

Cronograma

El curso se desarrollará a lo largo de 3 sesiones distribuidas en 3 semanas. Cada semana se realizará 1 sesión con una duración de 3 horas por sesión. En total, el curso comprende 9 horas de instrucción.

Tema	Semana 1	Semana 2	Semana 3
1. Introducción al mercado de combustibles			
2. Fundamentos de la determinación de precios			
3. Análisis de mercados de interés			
4. Estrategias de pricing			
5. Rentabilidad			
6. Fijación de precios en un entorno cambiante			
7. Herramientas y tecnologías para la gestión de precios			
8. Casos prácticos y ejercicios			
9. Conclusiones y buenas prácticas			