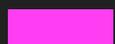




Estrategias de pricing



María de Gonzalo Aranoa



Agenda

Definición, conceptos y estrategias de pricing

Características especiales en algunas industrias.

El pricing en la nueva era

Objetivos

Entender qué es el pricing y las diferentes estrategias

Ejemplo: composición de los precios en la banca

Profundizar en cómo está cambiando con las startups y la forma de abordarlo





El precio

Definición y conceptos principales



[Algunas reflexiones sobre el precio]

Precios: parte arte, parte ciencia.

Poner el precio a un producto es una de las habilidades más difíciles del marketing.

Lakshman Krishnamurthi.

No es posible construir una ventaja competitiva duradera sólo con el precio.

El precio es un instrumento peligroso del marketing.

Hermann Simon.

La fijación estratégica de precios requiere establecer un conjunto coherente de políticas y procedimientos, compatibles con las metas estratégicas de la empresa.

Thomas T. Nagle y Reed K. Holden

[Algunas reflexiones sobre el precio]

Las empresas se ven cada vez más afectadas por el aumento de la competencia general y la creciente presión de los precios, probablemente debido, a su vez, a la menor diferenciación de los productos.

Kamran Kashani.

La globalización, la hiper-competencia e Internet remodelan los mercados y los negocios. Las tres fuerzas actuarán para impulsar la presión a la bajada de los precios. El desafío del marketing consiste, por tanto, en encontrar la manera de mantener los precios y la rentabilidad frente a estas macro-tendencias.

Philip Kotler.

El producto que solo se vende en base a precios, se convierte en "mercancía", enfrentándose con las expectativas de los clientes y perdiéndose dinero. Lo correcto es tratar de crear valor.

Cathy A. Enz.

[Algunas reflexiones sobre el precio]

No hay casi nada en el mundo que un hombre no puede hacer un poco peor y vender un poco más barato, y la gente que sólo tiene en cuenta el precio es precisamente presa legítima de este hombre.

John Ruskin.

Todo necio confunde valor y precio.

Antonio Machado.

Son los juicios de valor del consumidor, en última instancia, lo que determina los precios. Los precios son un típico fenómeno de mercado. Surgen del propio proceso mercantil y son la base y el fundamento mismo de la economía de mercado.

Ludwig Von Mises.

[¿Qué es el precio?]

Es una **valoración** efectuada sobre un bien que, **traducida a unidades monetarias**, expresa la **aceptación** o no del consumidor hacia el conjunto de atributos de dicho bien, atendiendo a su calidad para **satisfacer necesidades**.

SUPONE MANEJAR CONCEPTOS CLAVES DE GESTIÓN EMPRESARIAL

POLÍTICAS DE PRECIOS:

- Líneas de actuación

ESTRATEGIAS DE PRECIOS PRICING:

- Planes operativos a realizar

TÁCTICAS DE PRECIOS :

- Maniobras y acciones

PLANTEA TENER EN CUENTA EL JUEGO A TRES NIVELES

PRECIOS Y MERCADO:

- Consumidores y Competidores

PRECIOS Y VOLUMEN DE ACTIVIDAD PREVISTA:

- Relación - Coste - Precio

PRECIOS Y MARKETING - MIX:

- Coherencia con las decisiones comerciales





El pricing

Definición y conceptos principales





[¿Qué es el pricing?]

El pricing es fundamental en la estrategia del marketing que se incluye en la asignación de recursos relacionados con esta área.

Normalmente, esta estrategia forma parte del plan de marketing de una empresa en general o del plan de lanzamiento de un producto concreto, servicio, contenido, etc.

La definición del precio es una variable fundamental en el plan de marketing, ya que será capaz de **captar la atención del público** al que vamos dirigidos **y garantizar viabilidad y competitividad.**

[Objetivos del pricing]

Llamar la atención del target
al que vamos dirigidos

Asegurar la viabilidad de
la inversión de un periodo
Resultar competitivo

Penetrar el mercado



[Mix de marketing]

P
PRODUCT

P
PRICE

P
PEOPLE

P
PLACE

P
PROMOTION

[Ingredientes del pricing]


CUENTA
RESULTADOS



VALOR PERCIBIDO
(ventaja competitiva)


COMPETENCIA



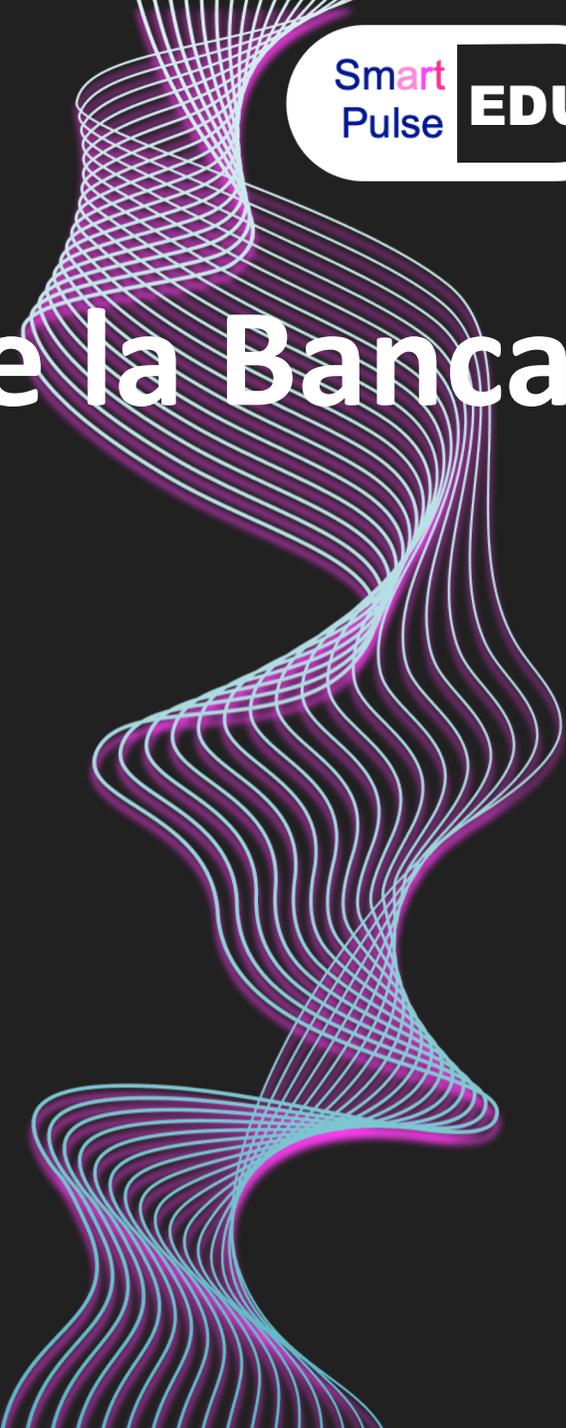
**VALOR
GENERADO**







Características especiales de la Banca



[¿Cómo se calcula el precio en un banco?]

Intereses



Los intereses son costes financieros que se calculan como porcentaje del capital adeudado. Se originan siempre a raíz de un préstamo. Se pueden calcular mediante varias metodologías y pueden capitalizarse o no capitalizarse.

Los intereses también puede ser un ingreso si se dispone de productos remunerados, como depósitos

Comisiones



Las comisiones son costes por servicio y se pueden originar por cualquier producto bancario, sin estar atadas a un préstamo. Se pueden calcular como una cantidad fija o como un porcentaje

[¿Qué es el coste del dinero?]

El coste del dinero o tipo de interés del dinero es el precio oficial que cobra el Banco Central Europeo a los bancos cuando estos van a obtener liquidez. El precio se establece en función de la política monetaria aplicable en cada momento. Este indicador es la base de cálculo de los intereses que después aplican los bancos en el mercado interbancario.

Es una herramienta técnica de política económica.

En EEUU lo establece la FED. En otros países sus Bancos Centrales.

En función de ese coste, además de manejar los precios de los préstamos y depósitos, se suelen mover las divisas

[¿Qué es el Euribor?]

- Euribor es el interés medio al que los bancos de la eurozona se prestan el dinero (Euro Interbank Offered Rate).
- No se trata de un único indicador, si no que existen distintos tipos de interés dependiendo del periodo de tiempo que se quiera aplicar, desde 1 semana a 12 meses.

En el caso de las hipotecas, habitualmente se toma el Euribor a 12 meses. Tiene estrecha relación con el precio del dinero ya que es la base de coste para los bancos.

[¿Qué es el Diferencial?]

Es la cantidad que el banco aplica como **incremental** al precio al que el banco se financia y que **constituye su ingreso** a la hora de prestar dinero a sus clientes

Ese incremental no está regulado y se establece por competencia y condiciones de mercado y de cliente



[¿Qué costes hay que cubrir con el diferencial y las comisiones?]

La cuenta de resultados de la banca tiene también ingredientes de coste:

Riesgo de impago

Fraude

Otros costes de CAPEX, OPEX, Marketing, Equipos, etc.



[¿Cómo se define el pricing en banca?]

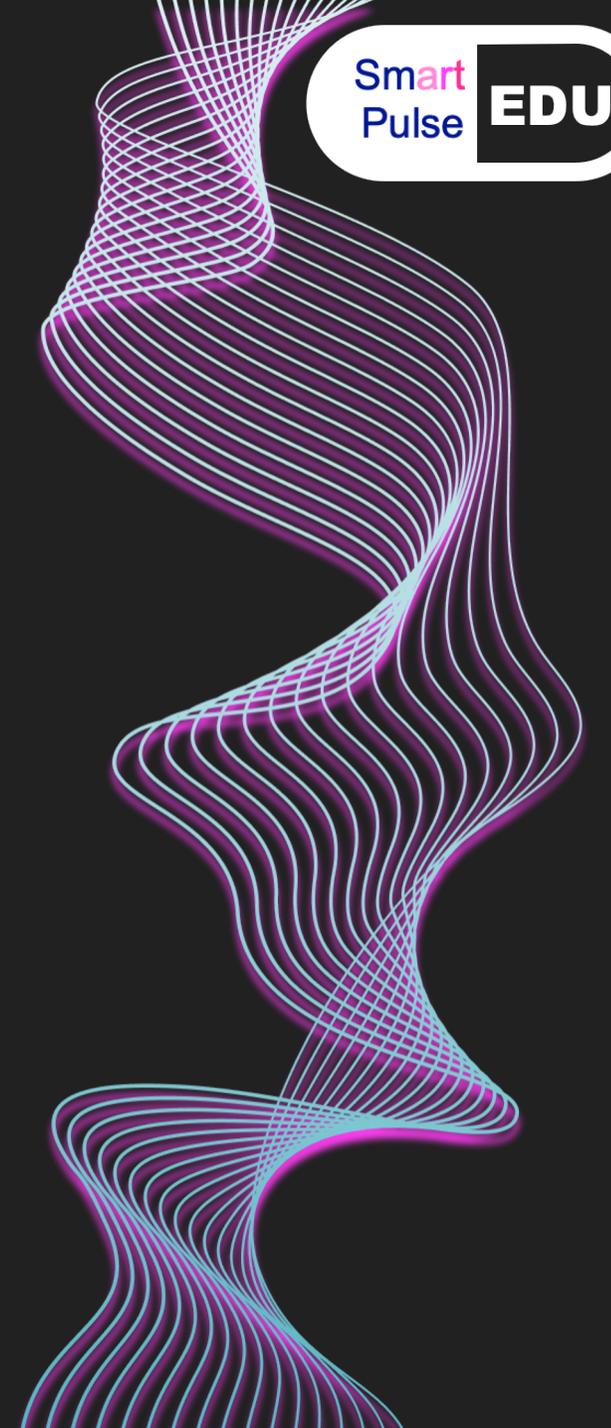
Los precios del sector financiero en España se definen según normas de libre mercado y competencia con algunas excepciones

Desde el año 2020, entró en vigor la Ley número 9859, mejor conocida como la Ley contra la Usura Crediticia, la cual tuvo como objetivos fijar límites a las operaciones financieras, imponer deberes de publicidad de la información relativa a los créditos y una serie de obligaciones hacia los oferentes de créditos





▶▶▶ El Pricing en la Era Digital



[Importancia del precio en la mente del superconsumidor digital]

1. **Importante:** el cliente cada vez es menos consciente del pago.
2. El pago es una fricción, por eso se intenta mitigar facilitando la experiencia
3. **Alternativas:** pago por suscripción, tarjeta registrada, pago mobile, sistemas de check out tipo paypal, Visa check out, bizum, iniciadores de pago, etc.
4. Sin embargo, dado que la tecnología es muy replicable, se compite mucho en precio. Modelos freemium o gratis

[¿Qué cambia en los precios de la cadena de valor digital?]

Modelo de
suscripción

Modelo
Freemium

Modelo Free trial

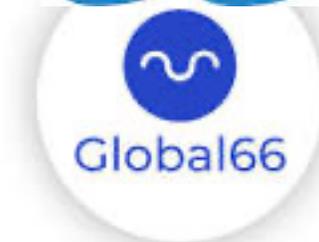
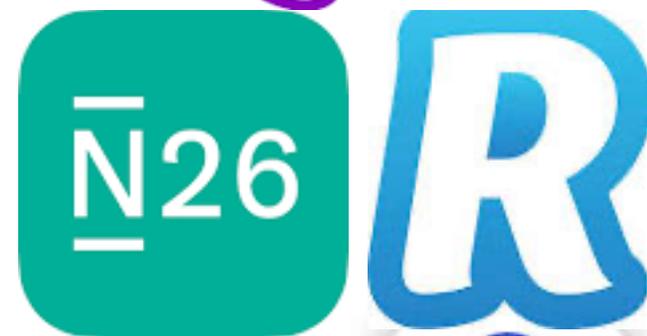
Publicidad

P2P

Data Driven

[Nuevos modelos de negocio]

Un neobanco es un banco digital que no tiene sucursales. En lugar de tener una presencia física en lugares determinados, la neobanca es completamente en línea. Una amplia variedad de proveedores de servicios financieros, que se dirigen principalmente a clientes digitales, se encuentra bajo el paraguas de la neoba



Cambio del BMC, PDV, el pricing al cliente, el value network y muchas veces los proveedores

[Por qué los jugadores digitales han cambiado las reglas del juego: el impacto en el sector bancario]

Facilitan la experiencia del usuario, con estrategias 100% digitales que son Good Enough y buscan atender a un target nativo digital, menos atractivo para la banca tradicional

Explotan los datos con centricidad en el cliente, lo que ofrece una vista que los bancos tradicionales no han podido tener y aun les cuesta

Su estructura es lean, sin oficinas y con cultura de acceso en lugar de propiedad, por lo que los costes son mucho más bajos y aplican estrategias de precios de penetración

Los jugadores ya no son exclusivamente los bancos. Las bigtech tienen iniciativas financieras

Los jugadores intermedios o fintechs están desintermediando a los bancos. Las leyes open banking promueven esas prácticas

[¿Por qué este cambio tan profundo en el comportamiento?]



Los nuevos competidores son:

- BigTech
- Neobancos
- Crowdfunding
- BNPL
- Fintechs

[Ejemplos de nuevos players]



Elon Musk trata de convertirla en Super APP con mensajería, pagos instantáneos y cuenta. Vinculado a Twitter Blue. Ha pedido licencia de pagos en USA

WeChat es ya una super APP que permite pagos inmediatos además de mensajería instantánea y compras en línea

WhatsApp ha intentado convertirse en SuperAPP y avanzar con pagos y ventas. En esta última parte ya ha iniciado actividad.

Servicio de microcréditos a conductores de Cabify, además de cuenta y otros productos

Además de Amazon Pay están desarrollando funcionalidades de BNPL, mediante acuerdos para aprender

Tienen planes de super APP y han empezado por banco en Perú, a través de Interbank.

También tienen iniciativas de Pay y emisión en Chile, Colombia, Mexico...

Apple ha lanzado tarjeta con cashback y cuenta de alta remuneración en USA. Además de Apple Pay y Tap to Pay

¡Conoce la cuenta RappiBank!

Cuenta 100% digital

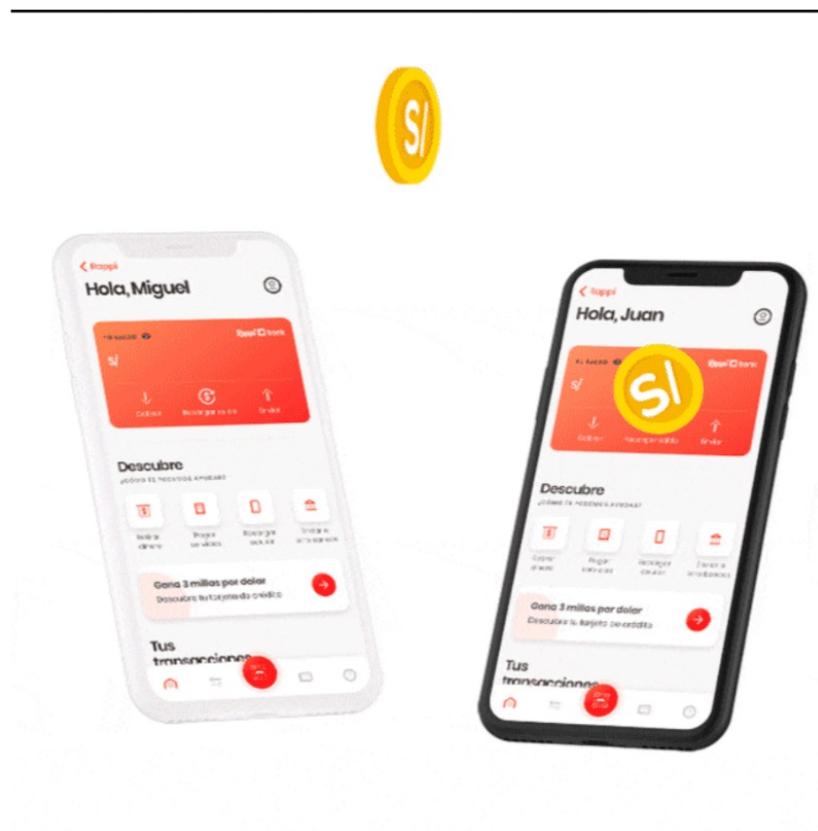
Abre tu cuenta desde tu celular en minutos

Envía dinero a tus amigos

Solo necesitas su número de celular para cobrar o pagar

Transferencias interbancarias gratis y al instante

Solo necesitas conocer el CCI para transferir



Efectivo al instante

Retira sin tarjeta en todos los cajeros GlobalNet ¡gratis!

Paga tus servicios

Mantén tus servicios al día y recarga tu celular

Tarjeta de Débito

Solicítala para disfrutar tu cuenta en comercios físicos



LIFESTYLE >

YA ES OFICIAL: PODRÁS USAR TU IPHONE COMO TERMINAL DE COBRO PARA RECIBIR PAGOS

Tap to Pay es el nombre de la nueva función.

Created by Apple.
Powered by iPhone.



Apple Card will soon let users grow Daily Cash rewards while saving for the future

Apple Card users will be able to grow their rewards in Apple Wallet by automatically depositing their Daily Cash into a new high-yield Savings account from Goldman Sachs

The simplicity of Apple.
In a credit card.

With Apple Card, we completely reinvented the credit card. Your information lives on your iPhone, beautifully laid out and easy to understand. We eliminated fees¹ and built tools to help you pay less interest, and you can apply in minutes to see if you are approved with no impact to your credit score.² Advanced technologies like Face ID, Touch ID, and Apple Pay give you an enhanced level of privacy and security. And with every purchase you get Daily Cash back. Apple Card. It's everything a credit card should be.

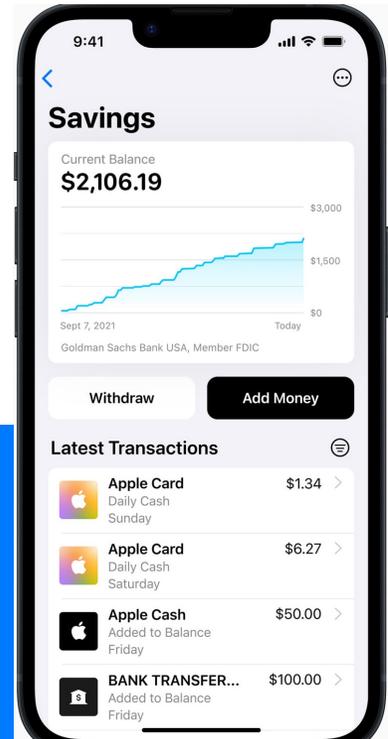
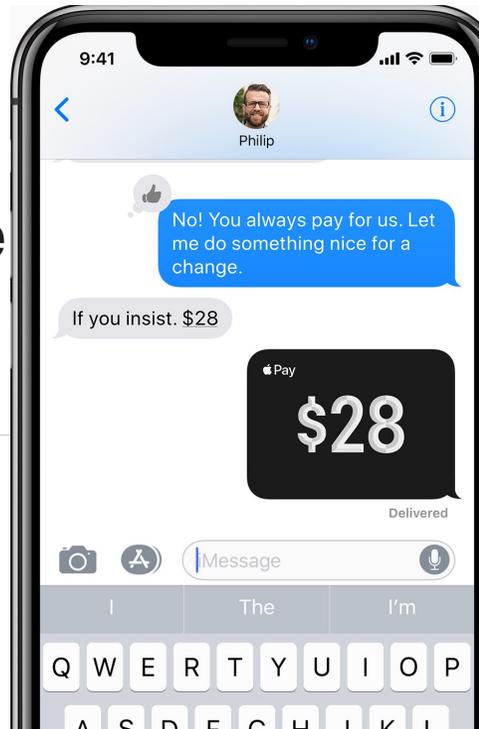
UPDATE

December 5, 2017

Apple Pay Cash and person to person payments now available



Apple Pay Makes Going Cashless Easy for US Customers Starting Today



Lana



DRIVERS

¿Tu dinero y tus pagos en la palma de tu mano? Con Lana es posible

Todo lo que puedes hacer con Lana

Lana está creada especialmente para conductores y conductoras como tú, ya que te permite acceder a productos y servicios financieros de otros proveedores y, además, disfrutar de todas estas ventajas:

- Abrir una cuenta en menos de 10 minutos ✓
- Hacer transferencias a cualquier cuenta de banco ✓
- Hacer recargas de celular y peajes ✓
- Pagar recibos de agua, luz y teléfono. ✓
- Enviar dinero a otros usuarios. ✓
- Acceder a productos financieros diseñados para ti. ✓
- Servicio de atención las 24h y los 365 días del año. ✓
- Compartir tu cuenta CLABE para recibir ingresos ✓
- Recargar tiempo aire y TAG ✓

¡Y todo en cuestión de segundos y a través de tu celular!

[Mapa Fintechs España]

STARTUPS Y SCALEUPS

LENDING	TAX Y ACCOUNT SOLUTIONS	FINANZAS PERSONALIZADAS	INFRAESTRUCTURA FINANCIERA
DISTRIBUCION FINANCIERA	NEOBANCOS	DIVISAS, MONEDAS, BLOCKCHAIN Y BITCOIN	EQUITY
PORTALES Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN	PAGOS	ASOCIACIONES Y EVENTOS	EMPRESA COLABORADORA
HERRAMIENTAS DE INVERSIÓN	INVERSIONES	CORPORACIONES Y ACCELERADORAS	ASOCIACIONES Y EVENTOS



MAPA DEL ECOSISTEMA FINTECH EN ESPAÑA by **ABANCA innova**





[¿Por qué tienen éxito las startups/fintech?]

Resuelven problemas reales

Tienen modelos de negocio disruptivos (rápida adopción)

Utilizan *emerging tech*

Cultura del acceso

Good Enough



Ventaja competitiva

¿Qué hace diferentes a las startups?

Buenas ideas

**Cómo
Monetizarlas**



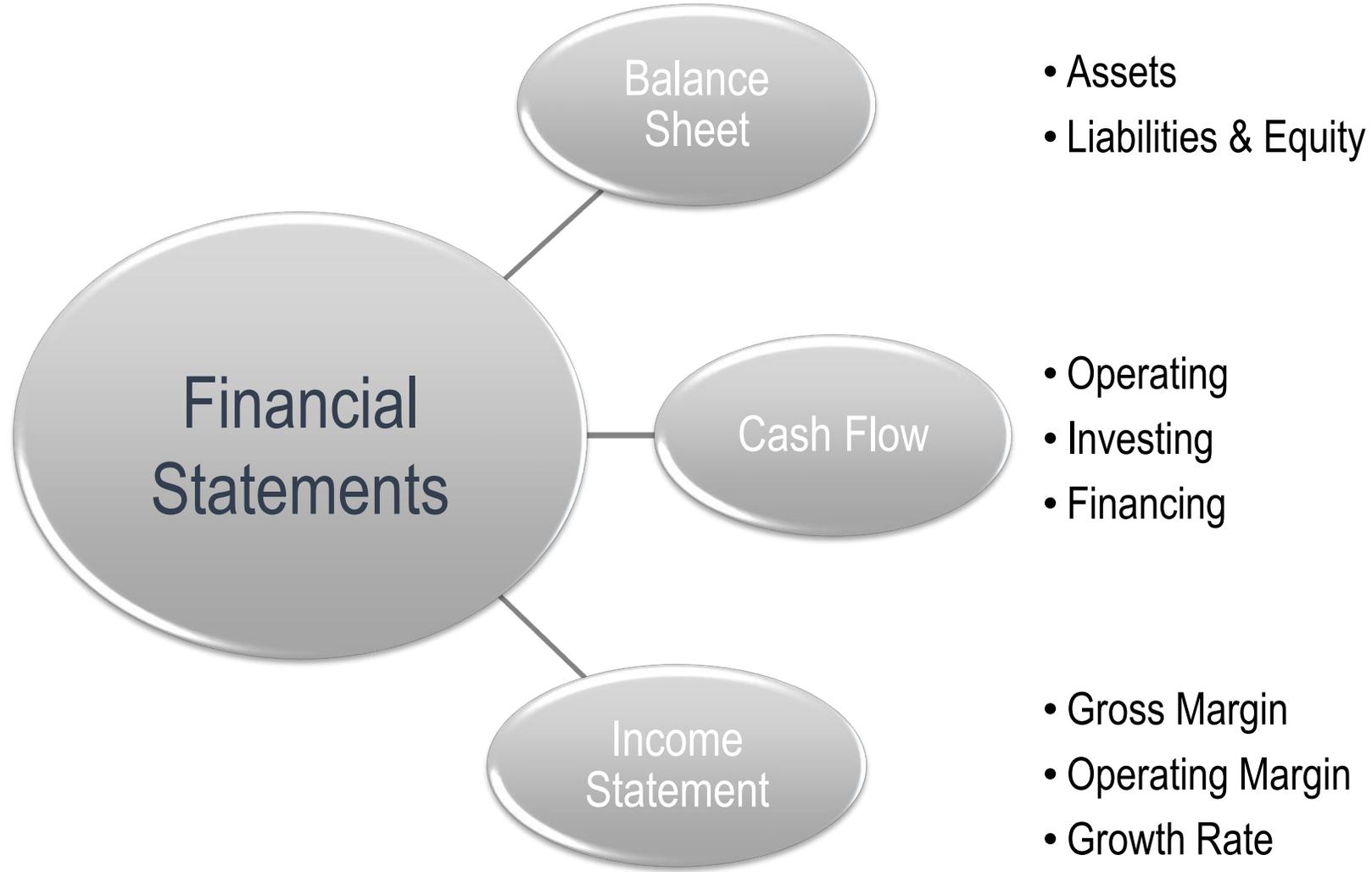
Escalabilidad

RITMO

< Cómo han
funcionado las
finanzas
siempre... >

- Cuenta de resultados de las empresas tradicionales
- Balance y patrimonio de la empresa
- No se compra equity, se contraen deudas (liability)
- Formas de financiar su crecimiento
 - > Caja
 - > Beneficios
 - > Financiación bancaria

Y esta la forma en la que los analistas ven una empresa...



¿Cómo es la profundidad del cambio en esta nueva Era?

**Las empresas tradicionales se miden
por Beneficios y Balance**

Las startups se miden por crecimiento

FOOTBALL
PLAYER

[¿Por qué este cambio tan profundo en el comportamiento?]

**El crecimiento busca ganar escala,
base de clientes y no dejar espacio
para la competencia**

Clave > Ritmo





¿Cómo hacen las empresas tradicionales para sobrevivir en esta nueva Era?

Más regulados	Exigencia de beneficios/ Cortoplacismo	Estructuras pesadas
Cultura Zona de confort Miedo al error	Tecnología compleja y obsoleta	Reputación



[Conclusiones]

Los bancos están en un mercado **altamente regulado**

Los bancos tienen los datos del cliente mucho antes que los nuevos entrantes, pero tienen que invertir en explotarlos: **CONOCIMIENTO**

Se debe trabajar en **fórmulas alternativas de cobro** que no estén tan ligadas a los conceptos tradicionales

Es fundamental evolucionar a **empresa de servicios** para no quedar desintermediados

Los bancos deben explotar su **ventaja competitiva de proximidad física** de una forma eficiente

Se debe trabajar en **mejorar la UX y flexibilidad** para evitar las fricciones

