



Capítulo 10

Comprensión de la fijación de precios y obtención del valor del cliente

Objetivos de aprendizaje

Presentación del capítulo

- **¿Qué es el precio?**
- **Principales estrategias de fijación de precios**
- **Otros factores internos y externos que afectan las decisiones de fijación de precios**



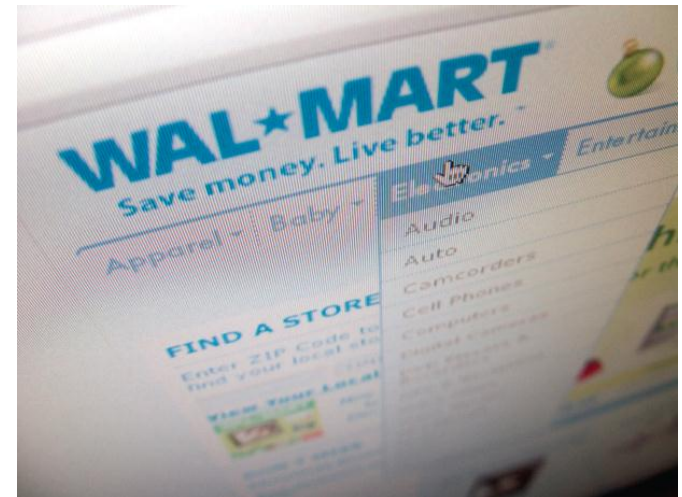
¿Qué es el precio?

- Un **precio** es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, o la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el bien o servicio.



¿Qué es el precio?

El **precio** es el único elemento de la mezcla de marketing que produce utilidades; todos los demás representan costos.



Principales estrategias de fijación de precios

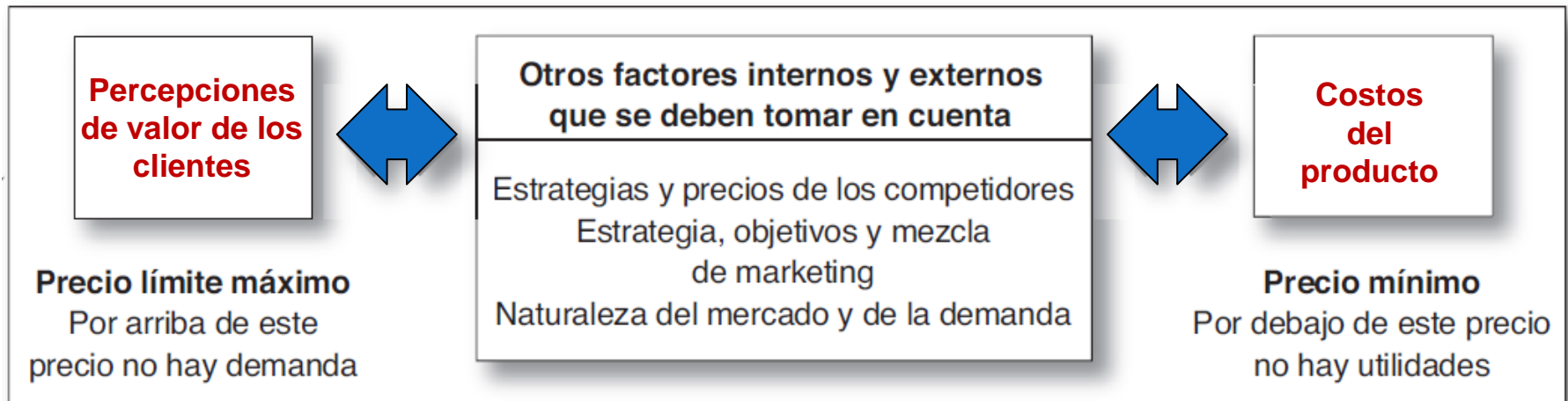
Fijación de precios basada en el valor para el cliente

Implica entender qué tanto valor dan los consumidores a los beneficios que reciben del producto, y fijar un precio adecuado a dicho valor.



Principales estrategias de fijación de precios

Fijación de precios basada en el valor para el cliente



Principales estrategias de fijación de precios

Fijación de precios basada en el valor para el cliente

La **fijación de precios basada en el valor para el cliente** utiliza las percepciones del valor, y no los costos del vendedor, como elemento fundamental para asignar precios. El precio se debe considerar antes de establecer el programa de marketing.

- La fijación de precios basada en el valor está impulsada por el cliente.
- La fijación de precios basada en los costos está impulsada en el producto.



Principales estrategias de fijación de precios

Fijación de precios basada en el valor y la fijación de precios basada en los costos

Fijación de precios basada en los costos



Fijación de precios basada en el valor



Principales estrategias de fijación de precios

Fijación de precios basada en el valor para el cliente

En la **fijación de precios por “buen valor”** se ofrece la combinación correcta de calidad y buen servicio a un precio justo.



Principales estrategias de fijación de precios

Fijación de precios basada en el valor para el cliente

La fijación de precios bajos siempre (EDLP)

consiste en cobrar un precio bajo constante, todos los días, con poco o ningún descuento temporal.



Principales estrategias de fijación de precios

Fijación de precios basada en el valor para el cliente

La **fijación de precios altos-bajos** implica cobrar precios más altos a diario, pero hacer promociones frecuentes para bajar los precios de manera temporal en artículos selectos.



Principales estrategias de fijación de precios

Fijación de precios basada en el valor para el cliente

La **fijación de precios por valor agregado** consiste en ofrecer características y servicios de valor agregado para diferenciar las ofertas de una compañía, y cobrar precios más elevados.



Principales estrategias de fijación de precios

Fijación de precios basada en el costo

En la **fijación de precios basada en el costo** los precios se establecen a partir de los costos de producción, distribución y venta del producto, más una tarifa de utilidades por el esfuerzo y los riesgos.



Principales estrategias de fijación de precios

Fijación de precios basada en el costo

La **fijación de precios basada en el costo** añade un sobreprecio estándar al costo del producto.



Principales estrategias de fijación de precios

Fijación de precios basada en el costo

Costos
fijos

Costos
variables

Costos
totales



Principales estrategias de fijación de precios

Fijación de precios basada en el costo

Los **costos fijos** son aquellos que no varían con el nivel de producción o ventas.

- Alquiler
- Calefacción
- Intereses
- Sueldos de los ejecutivos



Principales estrategias de fijación de precios

Fijación de precios basada en el costo

Los **costos variables** varían en proporción directa con el nivel de producción.

- Empaque
- Materias primas o insumos



Principales estrategias de fijación de precios

Fijación de precios basada en el costo

Los **costos totales** son la suma de los costos fijos y variables, para un nivel de producción determinado.



Principales estrategias de fijación de precios

Costos en función de la experiencia de producción



A. Comportamiento de costos en una planta de tamaño fijo



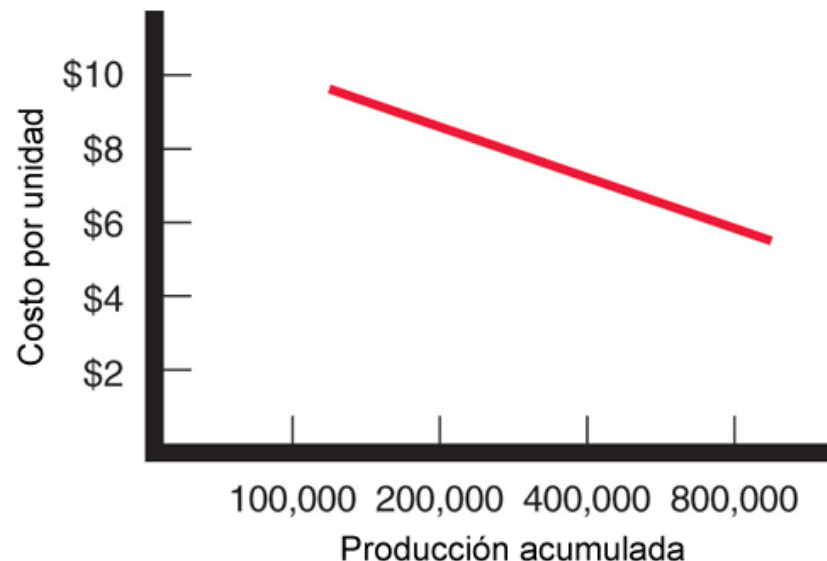
B. Comportamiento de costos en plantas de tamaños diferentes



Principales estrategias de fijación de precios

Costos en función de la experiencia de producción

- La **curva de experiencia o de aprendizaje** se presenta cuando baja en el costo de producción media por unidad, que es el resultado de la acumulación de experiencia en la producción.



Principales estrategias de fijación de precios

Fijación de precio de costo más margen

- La fijación de precios de costo más margen añade un sobreprecio estándar al costo del producto.
- Ventajas
 - Los vendedores tienen mayor certeza de los costos que de la demanda
 - Los precios son similares en la industria y la competencia de precios se reduce al mínimo
 - Los compradores la consideran justa
- Desventajas
 - Ignora la demanda y los precios de los competidores



Principales estrategias de fijación de precios

Análisis de equilibrio y fijación de precios por utilidades meta

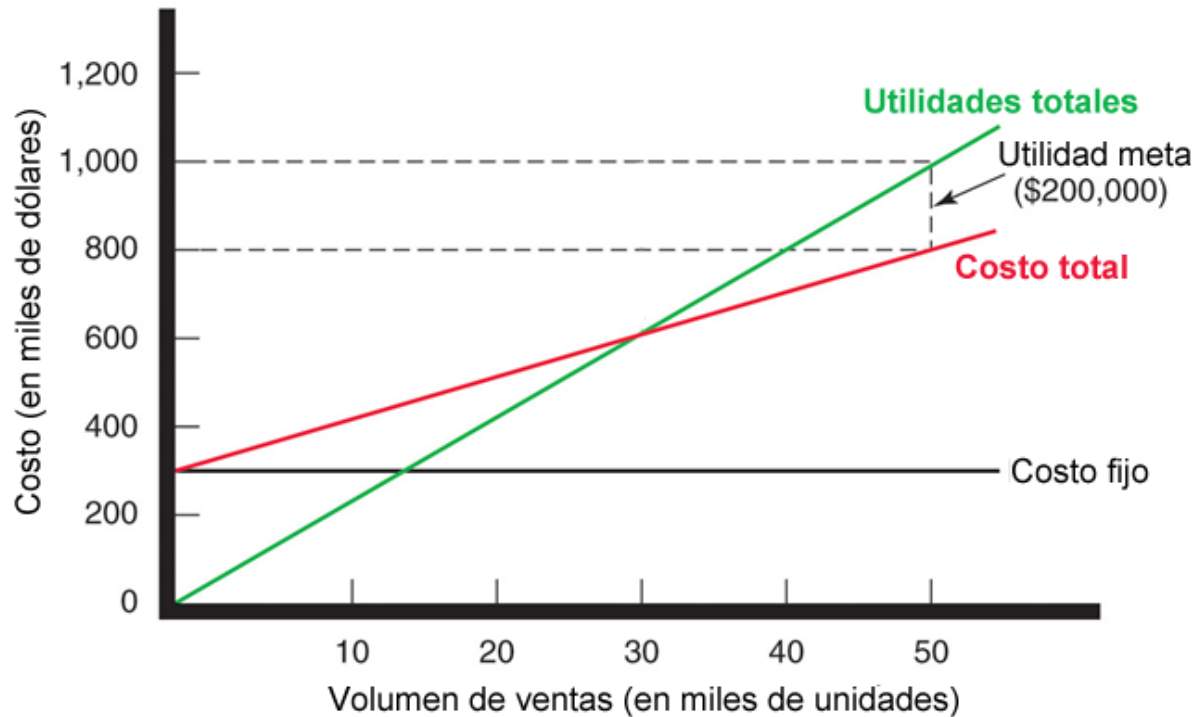
En la **fijación de precios de equilibrio** determina el precio en el que los costos totales igualan a las utilidades totales y no hay ganancia.

La **fijación de precios por utilidad meta** trata de determinar el precio con el que saldrá a mano u obtendrá las utilidades meta que está buscando.



Principales estrategias de fijación de precios

Análisis de equilibrio y fijación de precios por utilidades meta



Principales estrategias de fijación de precios

Fijación de precios basada en la competencia

- Establecer precios con base en las estrategias, costos, precios y ofertas de mercado de los competidores.
- Los consumidores basarán sus juicios sobre el valor de un producto en los precios que los competidores cobran por productos similares.



Otros factores internos y externos que afectan las decisiones de fijación de precios

La **determinación de costos por objetivo** inicia con un precio de venta ideal y luego establece costos meta que asegurarán que se cumpla con ese precio.



Otros factores internos y externos que afectan las decisiones de fijación de precios

Algunas decisiones de la organización son:

- Quién debe fijar los precios en la organización.
- Quién influye en la fijación de precios



Otros factores internos y externos que afectan las decisiones de fijación de precios

El mercado y la demanda

Antes de fijar precios, la compañía debe entender la relación que hay entre el precio y la demanda de sus productos.



Otros factores internos y externos que afectan las decisiones de fijación de precios

La competencia

Competencia pura

Competencia monopolista

Competencia oligopolista

Monopolio puro



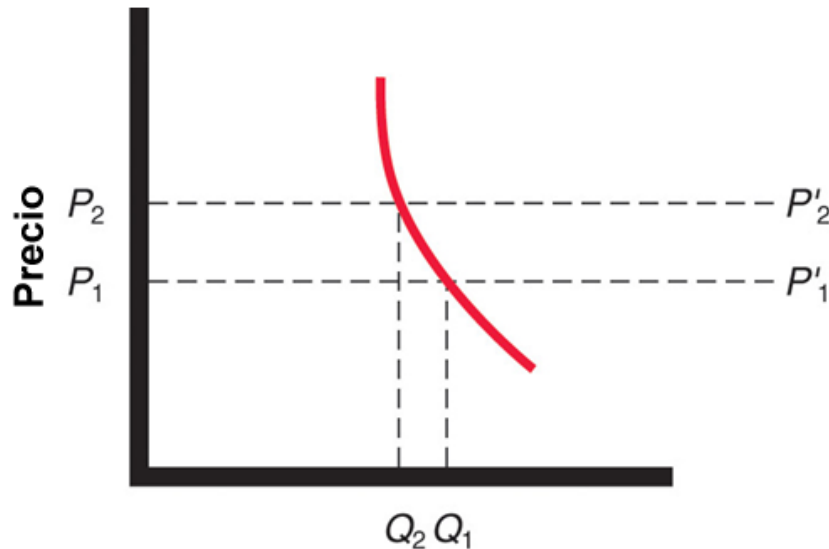
Otros factores internos y externos que afectan las decisiones de fijación de precios

La **curva de demanda** muestra el número de unidades que el mercado comprará en un periodo dado a los diferentes precios que podrían cobrarse.

- Normalmente la demanda y el precio se relacionan de forma inversa
- Mayor precio = menor demanda
- En el caso de artículos de prestigio (lujosos), un precio más alto podría indicar mayor demanda cuando los consumidores perciben que un precio alto indica una mejor calidad.

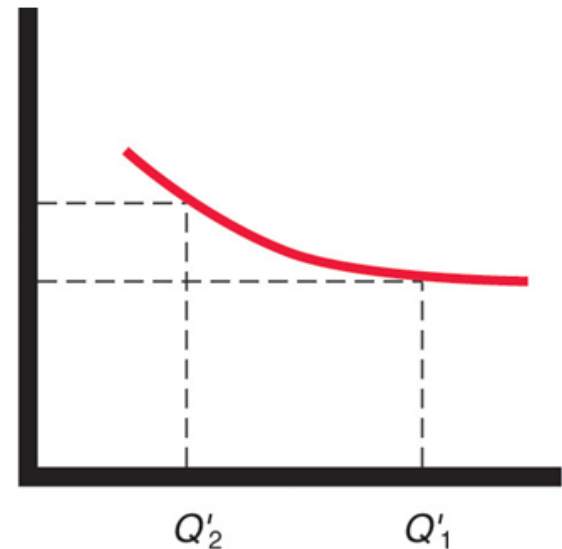


Otros factores internos y externos que afectan las decisiones de fijación de precios



Cantidad demandada por periodo

A. Demanda inelástica



Cantidad demandada por periodo

B. Demanda elástica



Otros factores internos y externos que afectan las decisiones de fijación de precios

Elasticidad de la demanda con el precio.

Medida de la sensibilidad de la demanda ante cambios en el precio.

La **demanda inelástica** ocurre cuando la demanda cambia muy poco ante un pequeño cambio en el precio.

La **demanda elástica** ocurre cuando la demanda cambia mucho ante un pequeño cambio en el precio.



Otros factores internos y externos que afectan las decisiones de fijación de precios

$$\text{Elasticidad de la demanda respecto del precio} = \frac{\% \text{ del cambio en la cantidad demandada}}{\% \text{ de cambio en el precio}}$$



Otros factores internos y externos que afectan las decisiones de fijación de precios

Economía

**Respuesta del distribuidor
al precio**

Gobierno

Cuestiones sociales

