

El precio

¿Qué es?

Surgió a través de que el hombre comenzó a adquirir objetos con el fin de satisfacer sus necesidades y posteriormente se hizo presente el dinero para (soltar) facilitar las transacciones y luego aparece el "precio". El dinero solo representa la medida social del valor y dice que existen dos tipos de valores:

Valor de uso: depende de la utilidad específica que representa para el individuo.

Valor de cambio: depende de la importancia que los demás le adjudiquen.

El precio de un producto es sólo una oferta para probar el pulso del mercado. Es decir, si los clientes aceptan la oferta entonces quiero decir que el precio asignado es correcto. Por el contrario si la rechazan se deberá cambiar con rapidez o retirar el producto. Y si se vende a un precio bajo esto no obtendrá ninguna ganancia, si el precio es muy elevado las ventas

Mellanie de Paz
Coto. Admon.

Tarea #7

Serán difíciles y también el producto junto con la empresa fracarán.

* La fijación de precios es la más compleja y difícil de las tareas, una función clave de la mercadotecnia.

* El precio, el valor y la utilidad son conceptos relacionados.

* El precio es el valor expresado en moneda

La clave para determinar el precio de algún producto es entender el valor que los consumidores perciben de él.

¿Cuál es la importancia del precio para la economía?

La fijación de precios equilibrados es el aspecto más sustancial para mantener una economía sana.

Función de los precios:

* Regular la producción: Que cantidad producir y que producir.

Info. Admón.
Mellanie del Poz

Tarea #7

- * Regular el consumo: Ajustar la producción a las necesidades de consumo de la sociedad.
- * Distribuir la producción entre los diferentes miembros de la sociedad: Esto quiere decir que constituye los precios de los factores productivos.
- * Auspiciar la investigación y el desarrollo del país: Se basa en permitir que las empresas aporten dinero para la investigación y el desarrollo con objeto de crear nuevas tecnologías.

Importancia del precio para las empresas

Se diferencian los precios que fija la empresa según la cantidad de productos vendidos, y de ahí se determinan las ganancias por la diferencia entre sus ingresos y sus costos.

El precio tiene un efecto impactante en las ventas, cuando el precio de algún producto incrementa esto genera más ingresos y para otros cuando el precio disminuye hace tener una mayor cantidad de ventas.

Mellanie
de Paz

Tarea #7

Objetivos de los precios:

- a) Conservar o mejorar su participación en el mercado: como objetivo principal de los precios es mantener o aumentar la participación de la compañía en el mercado.
- b) Estabilizar los precios: El liderazgo de precios no significa necesariamente que todas las empresas cobren el mismo precio que establece el líder, sino que existe alguna relación regular entre los precios del líder y los de las demás empresas.
- c) Lograr la tasa de retorno sobre la inversión: las empresas esperan lograr un rendimiento de cierto porcentaje.
- d) Maximizar las utilidades: la mayoría de las empresas tienen como objetivo de precios lograr la utilidad más grande posible.
- e) Enfrentar o evitar la competencia: Sin importar su tamaño ponen conscientemente precios a sus productos para enfrentar o evitar la competencia.

f) Penetración en el mercado: Algunas empresas ponen ^{precios} relativamente bajos para estimular el crecimiento del mercado y apoderarse de una gran parte de él.

g) Promoción de la línea de productos: Fijar un precio que intensifique las ventas dando menos importancia a las utilidades del producto.

h) Supervivencia: En algunas ocasiones resulta difícil competir a la empresa en el mercado.

Factores que intervienen en la fijación de precios

La fijación de precios es una de las decisiones más importantes de la empresa y requiere de mucha atención debido a que los precios están en constante cambio y afectan a los negocios sin importar su tamaño, por lo tanto, es importante tomar en cuenta los elementos tales como el costo, la competencia, la oferta y la demanda.

Mellame
de Pat

Tarea #7

El Costo:

Es indispensable para medir la contribución al beneficio y para establecer comparaciones y jerarquías entre productos.

Una función importante de los costos es servir de guía al empresario para determinar la combinación de productos más rentable y los gastos en que se puede incurrir sin afectar los beneficios. Estos deben ser lo suficientemente flexibles para que el costo resulte efectivo en la fijación del precio y proporcionar información en distintos momentos, reflejando el cambio en las condiciones.

Punto de equilibrio: Se examina el comportamiento de los costos, el modo en que varían estos, las utilidades y el volumen de producción con el fin de que la dirección de la empresa pueda realizar ciertas predicciones para planificar las utilidades.

Me Marie
de Rat

Tarea #7

La demanda y la oferta:

Cuando hablamos de demanda se refiere a las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado. El precio del producto estará determinado por la demanda, ya que ésta constituye una serie de relaciones y cantidades.

Por otro lado al hablar de oferta, hablamos de las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles (del) precios del mercado.

Ley de la demanda: Las cantidades de una mercancía que los consumidores están dispuestos a comprar tienden a variar en relación inversa al movimiento de los precios, si los precios aumentan, la demanda baja y si los precios se reducen, aumenta.

Ley de la oferta: Los. Si el precio baja, la oferta baja, y ésta aumenta si el precio aumenta.

Clasificación de los costos para la determinación del precio.

Costos de los materiales directos

Son todos los conceptos de costos de materiales incluidos en la producción de un artículo que son rápidamente identificables en el producto.

Costos de la mano de obra directa

Costos de los trabajos, especiales o no, de los empleados que están relacionados directamente con los materiales que componen el producto determinado.

Costos indirectos de producción.

Son los formados por aquellos gastos que no pueden ser rápidamente asociados con el producto.

desarrollo de la estrategia de fijación de precios comienza con:

Identificación de los objetivos de los precios

determinar cuáles el objetivo que pretende alcanzar la empresa a participación en el mercado, estabilización de los precios, lograr la tasa de retorno de la inversión.

Estimar la demanda

destacar los precios que el mercado pagará y los precios que tiene fijados la competencia directa del producto, así como cuál será el precio que tendrá este en la cadena de distribución.

Seleccionar la estrategia

Selección del precio inicial, deberán fijarse los precios que tendrá el producto en su ciclo de vida. Es importante hacer un plan para el producto a determinar la duración a tener en el

Establecimiento de tácticas para afinar el precio base.

Estrategias básicas para determinar el precio de un producto o servicio.