



Nombre de alumno: JIMMY ELI RODRIGUEZ VILLATORO.

Nombre del profesor:

MTRA. ANGELA ZAVALETA VILLATORO

Nombre del trabajo:

MAPA CONCEPTUAL.

Materia:

COSTOS PARA LA TOMA DE DECISIONES.

Grado:

Noveno cuatrimestre grupo "B"

Frontera Comalapa, Chiapas a 02 de julio de 2020.

Determinación del precio de venta

El precio es la cantidad de dinero que se requiere para adquirir un producto por tanto es el único elemento de la mezcla del marketing que produce ingresos, los demás generan costos.

Para determinar el precio real de un producto hay que considerar los componentes identificables que lo conforman, en general una combinación de:

- 1.- El bien o servicio en si mismo.
- 2.- Los servicios complementarios
- 3.- Los satisfactores de deseos que ofrece el producto.

Una de las percepciones importantes para la mayoría de las personas sobre las bondades del producto depende directamente del precio ya que es un valor fundamental entendido como la relación entre beneficios percibidos al precio y otros

Factores que influyen en la determinación de los precios.

Existen varios factores que influyen en la determinación del precio de lista así:

1.- Demanda estimada: El tamaño y la frecuencia de compra afectara las decisiones de precios hasta determinar el precio determinado.

2.- Las reacciones de la competencia:

En productos semejantes, en productos sustitutos o productos no relacionados destinados a los mismos consumidores.

3.- Otros elementos de la mezcla marketing:

Si en un producto nuevo o ya establecido, el ciclo de vida del producto, su uso final y

Metodologías para establecer los precios.

La empresa debe considerar diversos factores al establecer su política de precios. El procedimiento recomendado es de seis pasos.

- 1.- Seleccionar el objetivo de la fijación de precios.
- 2.- Determinar la demanda
- 3.- Estimaciones de los costos

- 4.- Analizar los costos, precios y ofertas de los competidores.
- 5.- Escoger un método de estimación de precios.
- 6.- Seleccionar el precio final.

Finalmente, toda estrategia de precios debe consultar el análisis del punto de equilibrio ya que el objetivo es como mínimo no generar perdidas con cada producto