



Cuadro Sinóptico

Precio

Lorena del Carmen Pérez Martínez.

Administración de la Mercadotecnia.

Mtro. Gerardo Garduño Ortega.

Comitán Chiapas 23 de Octubre de 2020.

PRECIO

Concepto:

Es la cantidad de dinero que un cliente esta dispuesto a pagar por un producto o servicio.

Costos:

Son los gastos que has tenido hasta el momento que el producto llegue al consumidor. Estos costos pueden ser fijos y variables.

Consumidores:

Según los expertos en marketing, la percepción de los precios en los consumidores se basa en lo que ellos consideran que es el precio real y no el precio declarado por quien vende el producto o servicio.

Competencia:

Recuerda que, aunque tienes la libertad para fijar el precio de tu producto, se recomienda que nunca se diferencie tanto del precio de la competencia.

Macroeconomía:

Para quien está en el mercado, es muy importante acompañar las variables macroeconómicas como *inflación* y *deflación*. Por eso, es importante adoptar estrategias de fijación de precios más flexibles que permitan que no seas sorprendido por este tipo de situación.

Ciclo de Vida de un producto:

El precio de lanzamiento de un producto nunca será el mismo que cuando el producto esté en la etapa de crecimiento y madurez. Para cada etapa, es necesario adoptar estrategias de precio distintas. Las fases son:

1. Fase de desarrollo.
2. Introducción en el mercado.
3. Crecimiento.
4. Madurez.
5. Decline

- ✚ precio típico,
- ✚ precio de límite superior,
- ✚ precio histórico de la competencia,
- ✚ precio de límite inferior,
- ✚ precio futuro esperado,
- ✚ último precio pagado y precio justo.