



Nombre del alumno: Fabiola Briseida Cameras Alfonso

Nombre del profesor: Dr. Gerardo Garduño

Nombre del trabajo: Cuadro sinóptico

Materia: Administración de la Mercadotecnia

Grado: I° Cuatrimestre

Grupo: MAD0 | SSC | 020-A

Comitán de Domínguez Chiapas a 23 de Octubre de 2020.

PRECIO

- Condicionantes

- Marco legal.- Regula los límites de precio de los productos.

- Mercado y competencia.- la competencia condiciona la fijación de precios según el caso:

- Monopolio.- Libertad de fijación de precio óptimo

- Oligopolio.- Disminuye la capacidad de fijación de precios

- Objetivos de la empresa.- Es un factor decisivo en el proceso de fijación de precios y pueden ser:

- Utilidades

- Participación de mercado

- Recuperación de inversiones

- Múltiples partes interesadas.-

- Competidores.- Se debe prever la reacción de la competencia ante la variación de precio.

- Intermediarios.- Tienen la posibilidad de alterar los precios finales.

- Accionistas y trabajadores.- Esperan mayores ingresos al incrementar el precio final.

- Proveedores.- Puede que exijan un mayor precio de suministros al aumentar el precio.

- Acreedores.- Afectaría la reducción de precio, impactaría en los ingresos.

- Directores departamentales.-
Les afecta de diferente forma

- Comercial.- Precios bajos / incremento de venta.

- Finanzas.- Precios altos / Mayor ingreso.

- Organización de consumidores.- Vigilarán y denunciarán si el precio se eleva.

- Sociedad en general.- Cuestionará la disminución de precio, desacreditando el producto.