



**Nombre de alumno: Yazmin  
Alejandra Guillén Sánchez**

**Nombre del profesor: Gerarado  
Garduño**

**Nombre del trabajo: SUPER NOTA  
Materia: acción promocional**

**Grado: 6**

**Grupo: A**

**PASIÓN POR EDUCAR**

Comitán de Domínguez Chiapas, 27 de julio del 2022.

# ESTRATEGIAS DE PRECIO



## ESTRATEGIAS DIFERENCIALES

SUPONEN UNA DISCRIMINACIÓN DE PRECIOS. SE APLICA UN PRECIO DISTINTO EN FUNCIONES DE LA CAPACIDAD ECONOMICA CARACTERISTICAS SOCIODEMOGRAFICAS Y SENSIBILIDAD AL PRECIO



## ESTRATEGIA DE PRECIOS FIJOS O VARIABLES

UN PRECIO FIJO SUPONE QUE EL PRODUCTO SE VENDE AL MISMO PRECIO Y CON LAS MISMAS CONDICIONES DE VENTA A TODOS LOS CLIENTES  
CONDICIONES: PRECIO HABITUAL, FORMA Y PLAZO DE PAGO Y DESCUENTOS A APLICAR .  
OTRAS ESTRATEGIAS:  
- DESCUENTO POR PRONTO PAGO  
-PRECIO VARIABLE  
-DESCUENTO POR CANTIDAD  
DESCUENTOS ALEATORIOS (OFERTAS)  
-DESCUENTOS PERIODICOS (REBAJAS O BARATAS)

## ESTRATEGIAS COMPETITIVAS

PRECIOS SE SE FIJAN TRTANDO DE APROVECHAR LAS SITUACIONES COMPETITIVAS POSIBLES . LAS EMPRESAS DOMINANTES PUEDEN EJERCER SU LIDERAZGO, MIENTRAS QUE LAS MÁS DEBILES TENDRAN QUE ACTUAR DE SEGUIDORAS

## ESTRATEGIAS DE PRECIOS BAJOS

- PRODUCTO DE INFERIOR CALIDAD O UNA MENOR PRESENTACIÓN DE SERVICIOS COMPLEMENTARIO.
- UN CASO EXTREMO DE PRECIOS BAJOS LO CONSTITUYE LA VENTA A PERDIDA

## ESTRATEGIAS DE PRECIOS PSICOLOGICOS

MODO EN QUE EL MERCADO PERCIBE LA CUANTÍA DE LOS PRECIOS Y EN LA ASOCIACIÓN QUE EL CONSUMIDOR HACE DE LOS MISMOS CON LAS CARACTERISCAS O ATRIBUTOS DEL PRODUCTO

UN PRECIO REDONDEADO ; GENERALMENTE POR ARRIBA DE LA IMPRECIÓN DE QUE SE TRATE DE UN PRODUCTO O SERVICIO DE CATEGORIA SUPERIOR

PRECIO IMPAR: COMO SERIA 99.9 O 99.5 EN VES DE 100



