Precio

# **RAUL ENRIQUE MONTES SOLIS**

# **7MO CUATRIMESTRE DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

# **UNIVERSIDAD DEL SURESTE**

# **CATEDRATICO: GARDUÑO ORTEGA GERARDO**

# **ADMINISTRACION ESTRATEGICA**

PRECIO

# ¿Qué es el precio?

Es el valor utilizado en un producto para ser intercambiado entre consumidores y empresas

# Elementos

Utilidad Deseada

Costo Variable

Costo Fijo

# Factores Internos que Fijan el Precio

* Internos: COSTOS YOBJETIVOS DE MERCADOTECNIA
* Externos: NATURALEZA DEL MERCADO (OFERTA Y DEMANDA) Y MACROENTORNO

# Métodos de fijación de precios

1. Método basado en el margen
2. Método basado en la competencia
3. Método basado en el mercado

# Estrategias Diferenciales

# Precio

La fórmula más utilizada para calcular un precio de venta es el precio más margen.

Esta característica de la fijación de precios se da en mercados de consumo y generalmente en el sector retail (Comercio minorista).

Para efectuar este cálculo es pertinente definir las variables en dicha fórmula:

Utilidad Deseada

**PV=** Precio de Venta

**CT=** Costo Total

**CF=** Costos relacionados con el proceso de producción (Materia prima, salarios de operación, energía necesaria para producir, etc.)

**CV=** Estos costos NO están relacionados con la producción de satisfactores y se relaciona con otras actividades como promoción, logística, seguridad, limpieza, etc.