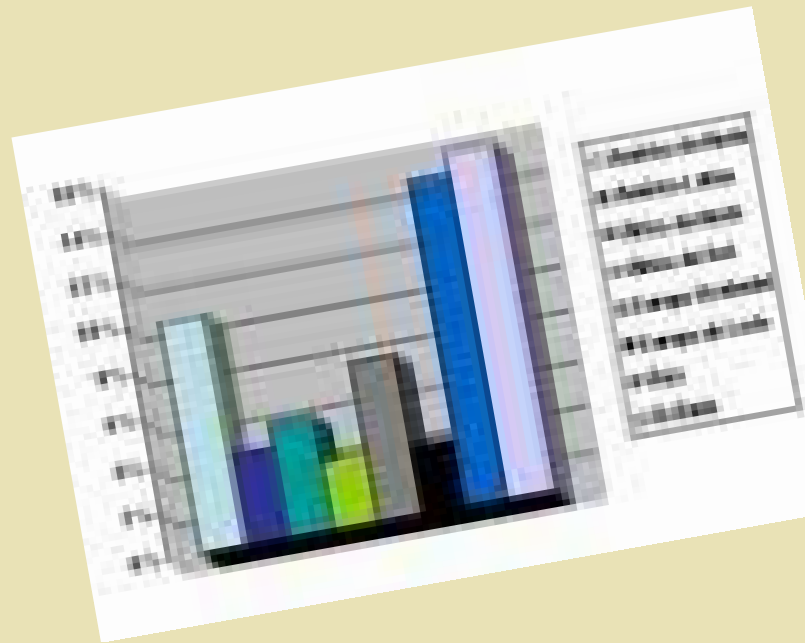


ANÁLISIS DE LOS PRECIOS

Ing. Esther Botho Clemente



PRECIOS

Cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y demanda están en equilibrio.



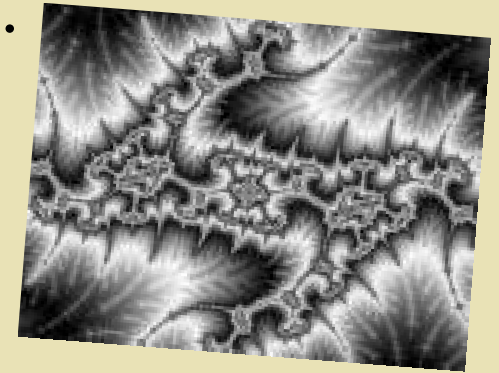
Consideraciones

- ◆ En México, existe un control gubernamental de precios en ciertos productos y servicios.
- ◆ Algunos consideran que el precio no lo determina el equilibrio entre la oferta y la demanda, sino el costo de producción más un porcentaje de ganancia.



Consideraciones

- ◆ *La tasa real de ganancia anual, varía con la cantidad de unidades producidas.*
- ◆ *Cada productor tiene un costo de producción diferente, y no siempre influye en la fijación de los precios.*



Tipos de Precios

- ◆ A). INTERNACIONAL

- ◆ Se usa para artículos de importaciones-exportación. Cotizado en dólares y libre a bordo en el país de origen.

- ◆ B). REGIONAL EXTERNO

- ◆ Precio vigente en parte de un continente. Rige para acuerdos de intercambio económico hechos solo en esos países, y el precio cambia si sale de esa región.



Tipos de Precios

◆ C). REGIONAL INTERNO

- ◆ Precio vigente en una parte del país.
Principalmente para artículos que se producen y consumen en esa región.

◆ D). LOCAL

- ◆ Precio vigente en una población o poblaciones.

◆ E). NACIONAL

- ◆ Precio vigente en todo el país, (productos de control oficial de precios o artículos industriales muy especializados)



Cómo determinar el precio

- ◆ Para tener una base de cálculo de ingresos futuros, es conveniente usar el precio promedio, que se calcula como se muestra a continuación:

\$	Calidad 1 (Bueno)	Calidad 2 (Muy buena)	Calidad 3 (Excelente)
Establecimiento 1 (Detallista)	10.00	11.00	11.50
Establecimiento 2 (Mayorista)	10.50	11.30	12.00
Establecimiento 3 (Cadena de autoservicio)	10.80	11.60	12.30
Precio Promedio	10.43	11.30	11.93

Cómo determinar el precio

\$ Papel Higiénico (4 rollos)	Establecimiento 1 (Detallista)	Establecimiento 2 (Mayorista)	Establecimiento 3 (Cadena de autoservicio)
Marca 1	4.00	4.50	5.00
Marca 2	3.80	4.40	5.00
Marca 3	3.95	4.30	5.20
Marca 4	4.10	4.75	5.50
Precio Promedio	3.96	4.49	5.18

- ◆ *La información anterior, no se usa para determinar los ingresos, sin embargo si será referencia para poder calcularlo.*
- ◆ *Es necesario conocer el número de intermediarios que participan en la venta para poder obtener el precio al que de venderá al primer intermediario.*



Para determinar el precio de venta, es necesario:

- ◆ Saber el costo de producción, administración y ventas, además la ganancia.
- ◆ Conocer la demanda potencial del producto y las condiciones económicas del país (época de bonanza o crisis)



Para determinar el precio de venta, es necesario:

- ◆ Relación de la competencia: si existen competidores muy fuertes probablemente bajen sus precios.
- ◆ El comportamiento del revendedor, si la cadena de comercialización es larga el precio final se duplica con facilidad.



Para determinar el precio de venta, es necesario:

- ◆ Estrategia de mercadeo: consideración más importantes en la fijación de precios (introducirse en el mercado, ganar espacio, mantenerse, igualar el precio del competidor, entre otros)
- ◆ El control de precios que el gobierno pueda imponer en los productos (canasta básica).

