



Capítulo 11

Estrategias de fijación de precios

Objetivos de aprendizaje

Presentación del capítulo

- Estrategias de fijación de precios de nuevos productos
- Estrategias de fijación de precios de una mezcla de productos
- Estrategias de ajuste de precios
- Cambios de precio
- Política pública y marketing



Estrategias de fijación de precios de nuevos productos

Estrategias de fijación de precios

- Fijación de precios para capturar el nivel más alto del mercado
- Fijación de precios para penetrar en el mercado



Estrategias de fijación de precios de nuevos productos

La **fijación de precios para capturar el nivel más alto del mercado** es una estrategia en la que se fija un precio elevado para un producto nuevo con la finalidad de obtener ingresos máximos, capa por capa, de los segmentos que estén dispuestos a pagar ese precio alto; la compañía vende menos, pero con un margen de utilidades mayor.

- La imagen y la calidad del producto deben sustentar este precio elevado.
- Debe haber una cantidad suficiente de compradores dispuestos a adquirir el producto por ese precio.
- Los costos de producción de un volumen más pequeño no deberían ser tan altos que eliminen la ventaja de cobrar más.
- No debe ser tan fácil para los competidores penetrar el mercado y vender el producto más barato.



Estrategias de fijación de precios de nuevos productos

En la **fijación de precios para penetrar en el mercado** se fija un precio bajo para un producto nuevo, buscando atraer a un gran número de compradores y conseguir una importante participación en el mercado.

- El mercado debe ser sensible a los precios
- Los costos de producción y distribución deben disminuir conforme el volumen de ventas aumenta.
- Los precios bajos deben ayudar a impedir la entrada de los competidores



Estrategias de fijación de precios de una mezcla de productos

Fijación de precios de línea de productos

Fijación de precios de producto opcional

Fijación de precios de producto cautivo

Fijación de precios de subproductos

Fijación de precios de productos colectivos



Estrategias de fijación de precios de una mezcla de productos

La **fijación de precios por línea de productos** toma en cuenta las diferencias de costo entre los productos de una línea, la evaluación de los clientes de sus características y los precios de los competidores.

La **fijación de precios de producto opcional** toma en cuenta productos opcionales o accesorios junto con el producto principal.



Estrategias de fijación de precios de una mezcla de productos

- La fijación de precios de **producto cautivo** consiste en establecer el precio para bienes que deben utilizarse junto con un producto principal, como las navajas para maquinas de afeitar y los juegos para una consola de videojuegos.



Estrategias de fijación de precios de una mezcla de productos

La **fijación de precios de subproductos** se refiere a productos con poco o ningún valor que se generan como resultado del producto principal. El fabricante busca un mercado para estos subproductos para compensar los costos de desecharlos y lograr que el precio del producto principal sea más competitivo.



Estrategias de fijación de precios de una mezcla de productos

La **fijación de precios de productos colectivos** consiste en mezclar varios productos y ofrecer el conjunto por un precio reducido.



Estrategias de ajuste de precios

Fijación de precios de descuento y bonificación

Fijación de precios segmentada

Fijación de precios psicológica

Fijación de precios promocional

Fijación de precios geográfica

Fijación de precios dinámica

Fijación de precios internacional



Estrategias de ajuste de precios

- En la **fijación de precios de descuento y la bonificación** se reducen los precios para recompensar las respuestas de los clientes como el pronto pago o la promoción del producto. Incluyen:
 - Descuentos en efectivo
 - Bonificaciones



Estrategias de ajuste de precios



- La **fijación de precios segmentada** se usa cuando la empresa vende un producto o servicio a dos o más precios, aun cuando tal diferencia no esté basada en costos distintos.



Estrategias de ajuste de precios

Fijación de precios segmentada

Para ser eficaz:

- El mercado debe ser segmentable
- Los segmentos deben mostrar distintos grados de demanda
- Los costos de segmentar y llegar al mercado no deben exceder las utilidades adicionales obtenidas por la diferencia de precios
- Debe ser legal



Estrategias de ajuste de precios

La **fijación de precios psicológica** considera la psicología acerca de los precios y no simplemente su economía.

- La **fijación de precios de referencia** son los precios que los compradores tienen en mente y comparan cuando examinan un producto específico. Se forma a partir de:
 - La observación de precios actuales
 - El recuerdo de precios anteriores
 - La evaluación de la situación de compra



Estrategias de ajuste de precios

La **fijación de precios promocionales** ocurre cuando se fijan temporalmente precios de productos por debajo de su precio de lista, y a veces hasta por debajo de su costo, con la finalidad de incrementar las ventas a corto plazo. Pueden ser en forma de:

- Descuentos
- Fijación de precios por evento especial
- Rebajas en efectivo
- Financiamiento con bajos intereses
- Garantías más largas
- Mantenimiento gratuito



Estrategias de ajuste de precios

Riesgos de la **fijación de precios promocional**

- Si se usa con demasiada frecuencia y los competidores la copian, crean clientes “proclives a las gangas”, que esperan a que las marcas tengan rebajas para comprarlas.
- Crea guerras de precios.



Estrategias de ajuste de precios

La **fijación de precios geográfica** se usa para clientes localizados en diferentes partes del país o del mundo.

- Fijación de precios LAB en el origen
- Fijación de precios de entrega uniforme
- Fijación de precios por zona
- Fijación de precios por punto base



Estrategias de ajuste de precios

- En la **fijación de precios LAB en el origen (libres a bordo)** los bienes se colocan libres a bordo de un transporte, y la propiedad y la responsabilidad se transfieren al cliente.
- En la **fijación de precios de entrega uniforme** la compañía cobra el mismo precio más el flete a todos los clientes, sin importar su ubicación.



Estrategias de ajuste de precios

- En la **fijación de precios por zona** la compañía define dos o más zonas, y los clientes dentro de una zona pagan el mismo precio total.
- En la **fijación de precios por punto base** el vendedor establece cierta ciudad como punto base y cobra a todos los clientes el costo del flete desde esa ciudad hasta donde está el cliente, sin importar desde dónde se envían realmente los bienes.



Estrategias de ajuste de precios

- En la **fijación de precios por absorción de fletes** el vendedor absorbe parte o todos los cargos reales de transporte, como un incentivo para penetrar en un mercado o permanecer en mercados cada vez más competitivos.



Estrategias de ajuste de precios

- En la **fijación de precios dinámica** los precios se ajustan de manera continua para satisfacer las necesidades y características de clientes y situaciones específicos.

The screenshot displays the Expedia.mx website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'Página Principal', 'Vuelos', 'Paquetes', 'Hoteles', 'Renta de Autos', and 'Actividades'. A user greeting 'Hola, ¡Crea tu cuenta hoy!' and links for 'Inicio sesión', 'Mis itinerarios', 'Mi cuenta', 'Servicio al cliente', and 'Comentarios' are visible. A 'Cancelar la reserva de hotel' link is also present.

The main content area features a search form titled 'EL PODER DE CREAR TU VIAJE'. It includes radio buttons for 'Vuelo', 'Hotel', 'Auto', and 'Atracciones', and a 'Reserva vuelo y hotel al mismo tiempo y ahorra' callout. Below this, there are fields for 'Origen', 'Destino', 'Salida', 'Regreso', and 'Horario'. There are also dropdown menus for 'Adultos (18-64)', 'Mayores (65+)', and 'Niños (0-17)'. Two buttons are visible: 'BUSCAR VUELOS' and 'BUSCAR VUELO + HOTEL'.

On the right side, there are two promotional banners. The top one is titled 'AHORRA hasta un 30%' and promotes a 'GRAN PROMOCIÓN DE VERANO' for hotels, with a 'RESERVA HOY' button. The bottom one is titled 'GRAN PROMOCIÓN EN HOTELES' and shows two hotel options: 'Las Vegas' and 'Nueva York', with prices starting from MXNS1,263 and MXNS1,084 respectively.



Estrategias de ajuste de precios

En la **fijación de precios internacionales**, en un país se establecen los precios con base en factores específicos de ese lugar, como:

- Condiciones económicas
- Situaciones de competencia
- Leyes y regulaciones
- Desarrollo del sistema de mayoristas y minoristas
- Objetivos de marketing de la compañía



Cambios de precio

Iniciación de cambios de precio

Los recortes de precio ocurren por:

- Exceso de capacidad
- Disminución de la demanda debido a fuerte competencia de precios o economía debilitada

Los aumentos de precio se deben a:

- Incremento de los costos
- Demanda excesiva
- Incapacidad de abastecimiento



Cambios de precio

Reacciones de los compradores ante los cambios de precio

Aumentos de precio

- El producto es exclusivo
- La compañía es ambiciosa

Recortes de precio

- Saldrán nuevos modelos
- Los modelos no se venden bien
- Se redujo la calidad



Cambios de precio

Cómo responder a los cambios de precio

Preguntas:

- ¿Por qué el competidor cambió el precio?
- ¿El cambio de precio es temporal o permanente?
- ¿Qué efecto tiene sobre la participación de mercado y las utilidades?
- ¿Responderán otras compañías?



Cambios de precio

Cómo responder a los cambios de precio

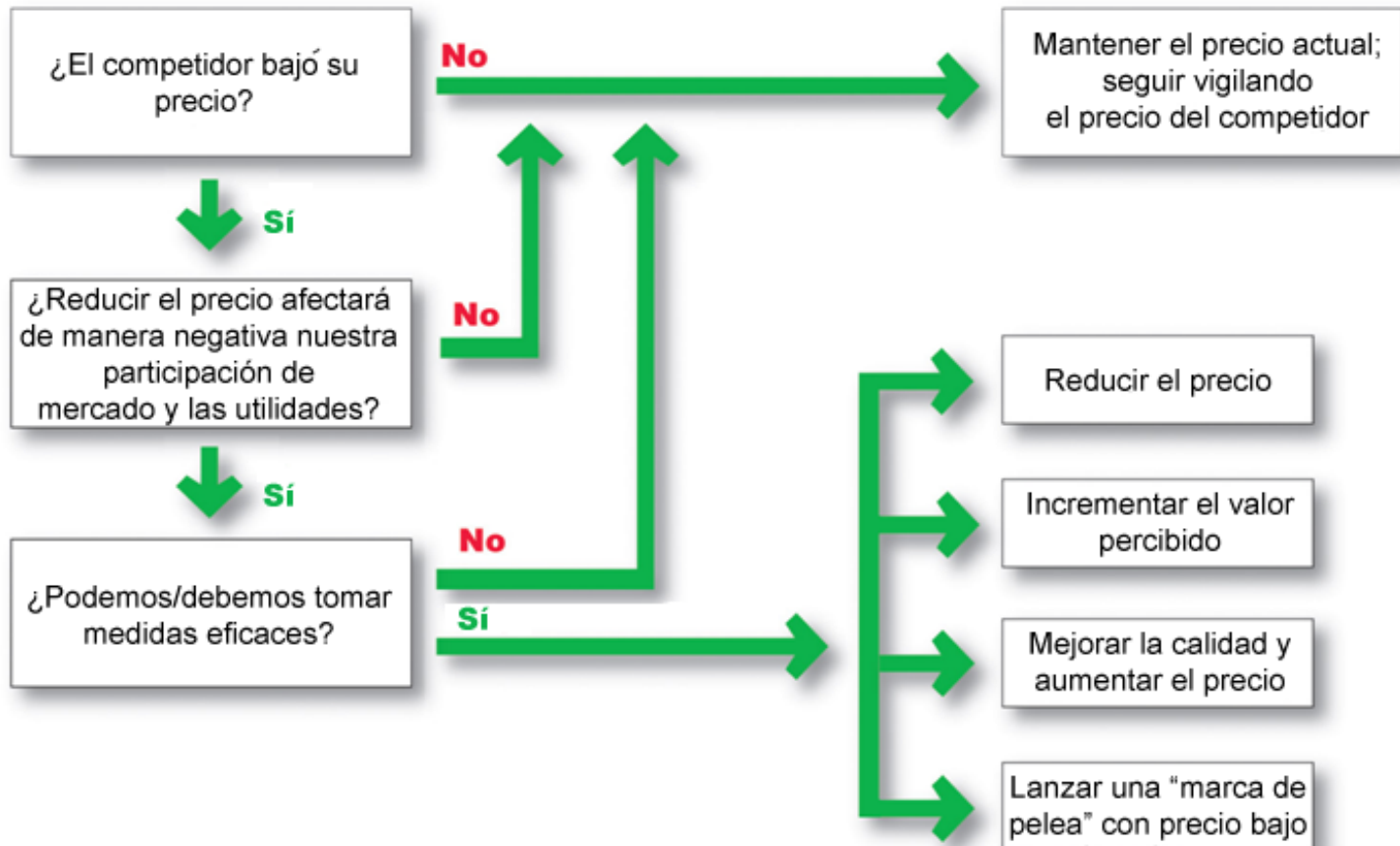
Soluciones:

- Reducir su precio para igualar el del competidor
- Mantener su precio para aumentar el valor percibido mediante comunicaciones
- Mejorar la calidad y aumentar el precio
- Lanzar una “marca de pelea” con precio bajo



Cambios de precio

Cómo responder a los cambios de precio



Política pública y fijación de precios

Fijación de precios a través de los niveles de canal

Fijación de precios: Los vendedores deben establecer precios sin hablar con los competidores.

Fijación de precios depredadora: Vender por debajo del costo con la intención de castigar a un competidor o de tener mayores utilidades a largo plazo al sacar a los competidores del negocio.



Política pública y fijación de precios

Fijación de precios a través de los niveles de canal

La **Ley Robinson-Patman** tiene la finalidad de evitar la discriminación de precios injusta al asegurar que el vendedor ofrezca las mismas condiciones de precio a los clientes de cierto nivel comercial.



Política pública y fijación de precios

Fijación de precios a través de los niveles de canal

Ley Robinson-Patman

La discriminación de precios está permitida:

- Si el vendedor es capaz de probar que sus costos difieren cuando vende a distintos minoristas.
- Si el vendedor fabrica distintas calidades del mismo producto para diferentes minoristas.



Política pública y fijación de precios

Fijación de precios a través de los niveles de canal



El mantenimiento de precios minoristas (o reventa) ocurre cuando un fabricante obliga a un concesionario a cobrar precios minoristas específicos por sus productos.



Política pública y fijación de precios

Fijación de precios a través de los niveles de canal

La **fijación engañosa de precios** ocurre cuando un vendedor fija precios o rebajas de precios que confunden a los consumidores o que en realidad no están disponibles para ellos.

- El *fraude de escáner* se presenta cuando hay fallas en el momento de introducir los precios actuales o de rebaja en el sistema.
- La *confusión de precios* resulta cuando las empresas utilizan métodos para fijar precios que impiden que los consumidores entiendan cuál es el precio que en realidad están pagando.

