

Curso Gestión Financiera de la Empresa Modulo : Fijación de Precios

Ponente:

Julián Bartolomé del Álamo

jmbart55@secot.org

Fecha: Octubre 2022

PRESENTACIÓN:

https://www.youtube.com/watch?v=_QUsVBV4n_E



Objetivo del Módulo:

Dar a conocer las claves para saber responder a la pregunta:

¿Cómo se fijan los precios?

«Los **precios** se fijarán en **función** de los **objetivos** de posicionamiento que se plantea conseguir la empresa con cada producto o servicio que lanza al mercado, aplicando las **estrategias** que considere necesarias para ello.»

Author: Definición refundida de diversos autores, recogida del libro de Fundamentos de Marketing, de Philip Kotler



Tipos de Precios en función de Objetivos previstos:

Hay muchos tipos de **Precios**, pero sólo se tomaran como **Referencia** aquellos que os sean útiles para alcanzar el precio objetivo fijado. De estos calcularemos:

1. Precio de Beneficios Máximos (PBM)
2. Precio de Ingresos Máximos (PIM)
3. Precio Mínimo o de equilibrio (PMin) para cubrir costes
4. Precio Medio de Mercado (PMM)

Metodología para determinar Precios de Referencia:

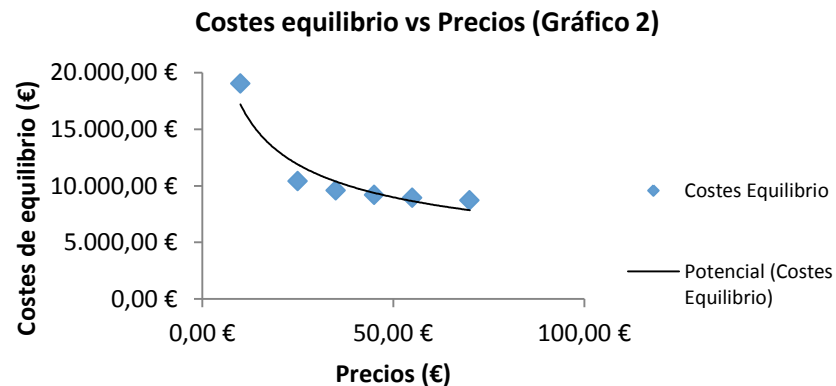
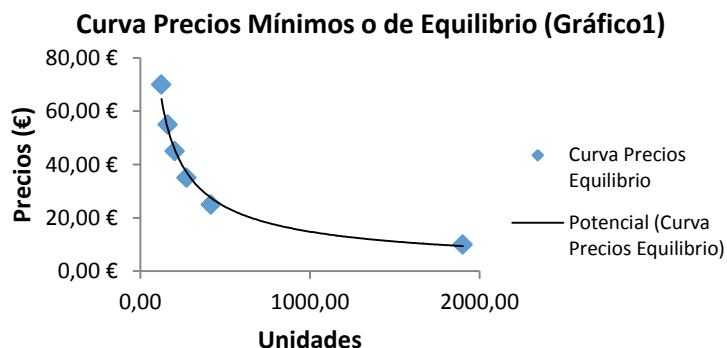
Basada en **conceptos básicos** muy sencillos, cuyo conocimiento aumentará tu **confianza** en los resultados.



Para conseguir dichos **Precios de Referencia** deberás realizar los siguientes pasos:

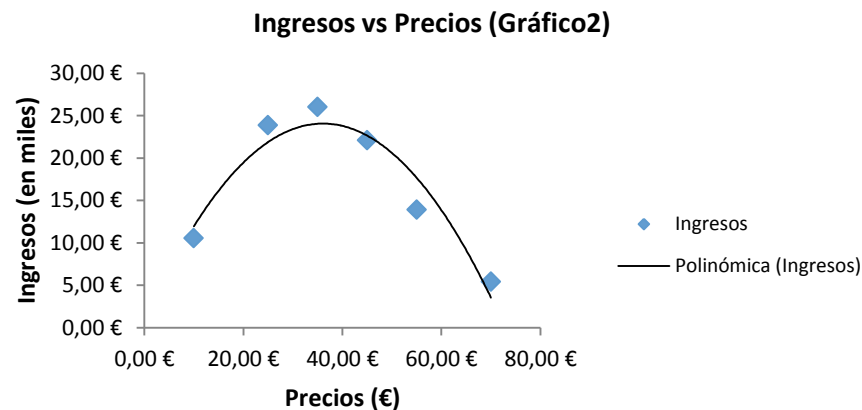
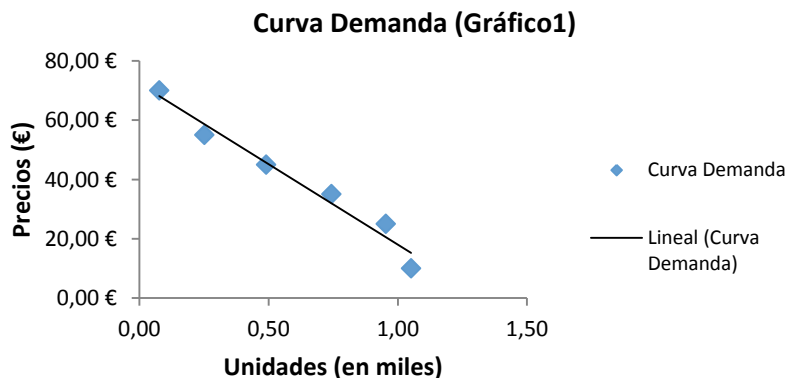
1º. Introducir los Costes empresariales para obtener:

- La **curva de Precios Mínimos** o de equilibrio, para cubrir los costes (ver gráfico 1)
- La **curva de Costes** (ver gráfico 2)



2º Introducir datos de **Ventas** de, al menos, **2 precios** diferentes para obtener:

- La **curva de Demanda** (ver Gráfico 1)
- La **curva de Ingresos** (ver Gráfico 2)

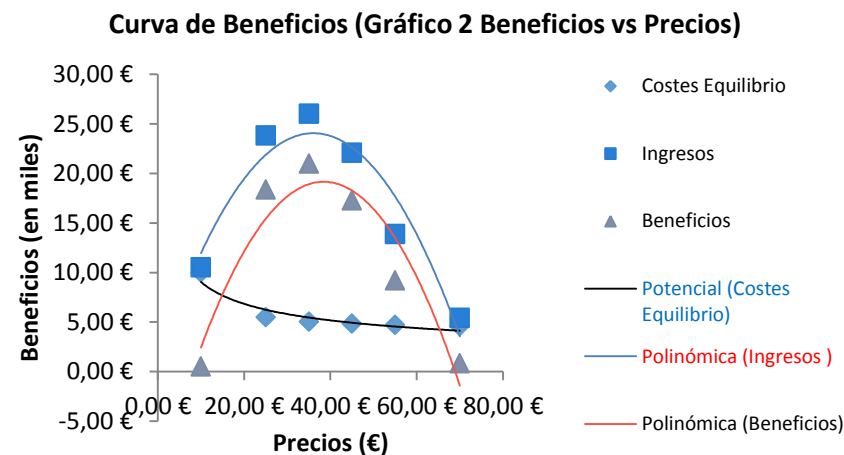
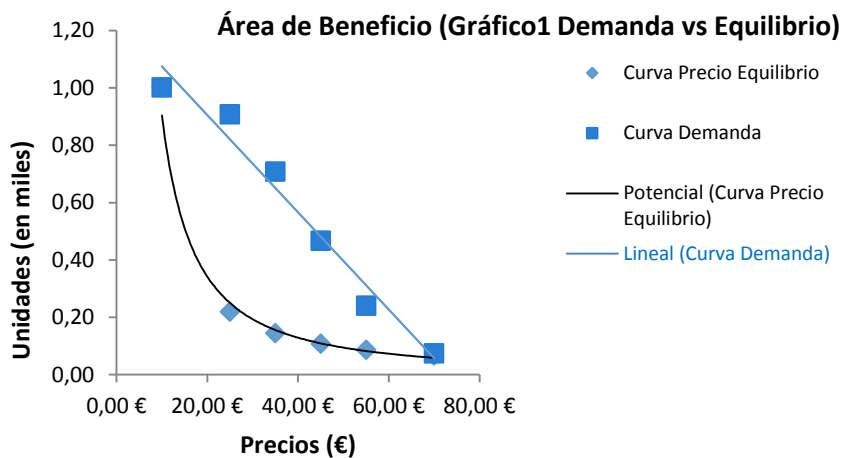


3º Deducir el **volumen de ventas** de la **curva de Demanda** y de **Precios Mínimos** para obtener:

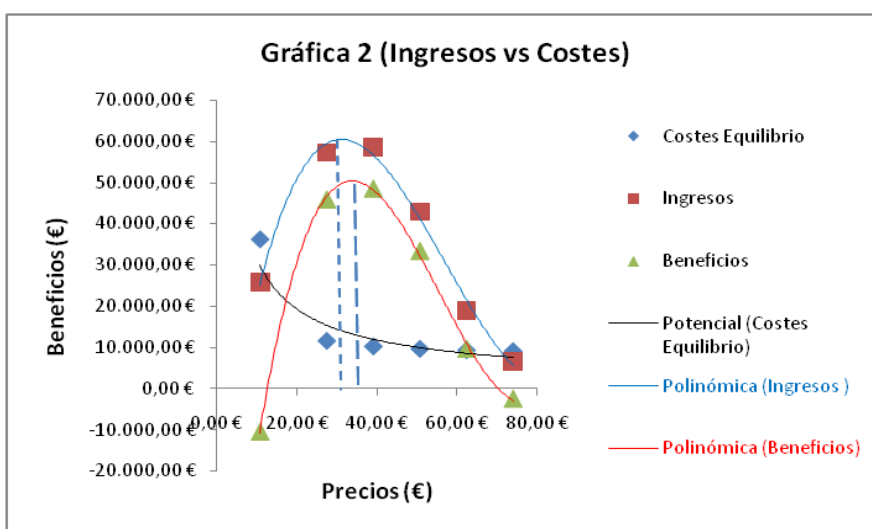
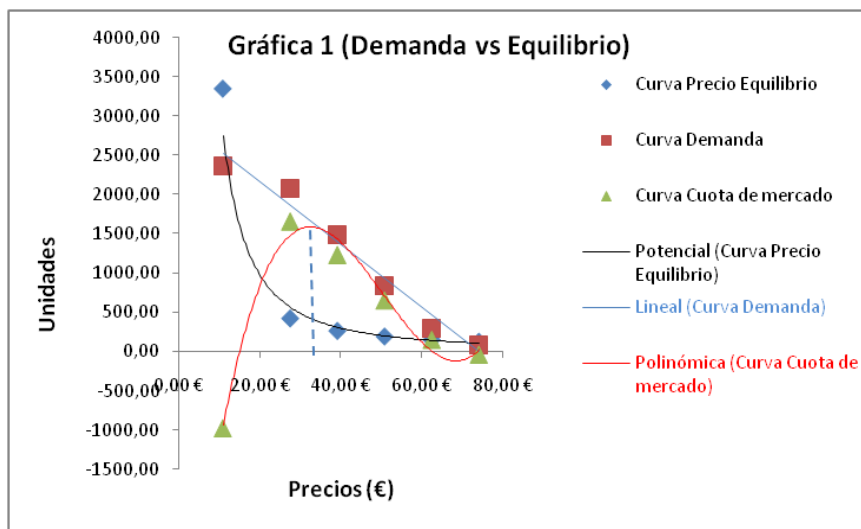
- El **Área de Cuota de Mercado** con Beneficios (ver gráfico 1)

4º Deducir la **curva de Ingresos** de la **curva de Costes** para obtener:

- La **curva de Beneficios** (ver Gráfico 2)



Ejemplo: Señalar en las Gráficas el valor de los Precios de Referencia: PBM, PIM, PMCM



Resultado: El PIM y el PBM son los Precios resultantes de trazar una línea desde el punto más alto de la curva de Ingresos y Beneficios, respectivamente.

Conclusión: El PIM siempre es menor que el PBM y será, por tanto, un Precio más competitivo.

Resultado: El PMCM es el Precio resultante de trazar una línea desde el punto más alto de la curva de Cuota de Mercado con Beneficios.



Limitaciones en el uso de la herramienta:

1. Lo **MALO** es el **Error** producido en los **cálculos**, ya que las curvas de las **gráficas** **NO** se **ajustan** exactamente **a los datos**, o datos **NO fiables** o **Incongruentes**

1. Lo **BUENO** es que podemos calcular y conocer ese **Error** producido

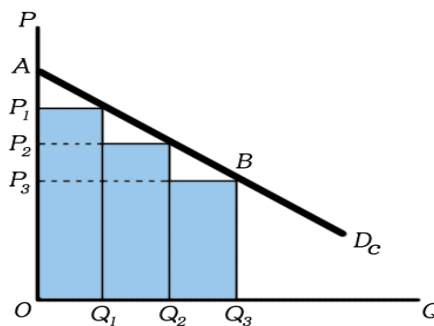
2. Lo **MALO** es si **NO disponemos de** suficientes **datos** para **determinar** las **gráficas**

2. Lo **BUENO** es que podemos **estimarlos** mediante:

* **Datos publicados** existentes del Sector, **válidos** para la empresa

* **Estudio de Mercado**

- ¿Se pueden **Optimizar** todavía más los **Resultados de la Fijación de Precios**?
 - Sí, siempre que se den las condiciones para aplicar políticas de **Discriminación de Precios**.
- ¿**Cómo** podemos **Aplicar las Políticas de Discriminación de Precios**?
 - Mediante la **Segmentación de mercados**, de las **Dos maneras** siguientes:
 - Manteniendo el mismo **Volumen de Ventas**, Identificar los **clientes** que estarían **dispuestos a pagar más** por el mismo Producto/Servicio.
 - **Incrementar el Volumen de Ventas**, aplicando **Descuentos** a aquellos **clientes** que estarían **dispuestos a comprar más** Productos/Servicios, a Precios más Bajos.



Author: [Greatcmj](#) under the [Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported](#) license



En este Modelo de Segmentación de Mercado podemos hacer la siguiente Pregunta:

Pregunta: ¿Los Precios **P1** (Máximo), **P2** (Óptimo) y **P3** (Mínimo), tienen que cumplir alguna característica que hace que se maximicen los resultados, o pueden tener cualquier valor?

TEOREMA: Los Precios P1, P2 y P3 con los que se consigue maximizar los resultados, son aquellos que igualan las cantidades Q1, (Q2-Q1) y (Q3-Q2) y eso sucede cuando:

Para Maximizar Ingresos: $P2 = A/2$; $P3 = 0,5 * P2$; $P1 = 1,5 * P2$

Para Maximizar Beneficios: $P'2 = (A + Cv)/2$; $P'3 = (P'2 + Cv)/2$; $P'1 = (P'2 + A)/2$

Siendo A el punto de corte de la curva de demanda con el eje de ordenadas de los Precios y Cv el Coste Variable o Coste Unitario

CRITERIOS DE SIMPLIFICACIÓN PARA FIJAR PRECIOS:



En la fase **Inicial del Proyecto**: ¿Cuál de los Precios **P1** (Máximo), **P2** (Óptimo) y **P3** (Mínimo), es más **fácil** de determinar?

*Todo Proyecto exige un análisis de **Viabilidad**, que conlleva a la determinación de un **Precio Mínimo**, para una estimación de volumen de **Ventas prevista inicialmente**, a partir del cual el Margen de Ventas cubre todos los Costes Fijos y **NO** se producen **Beneficios ni Pérdidas**.*

$$P_{\text{mín.}} = C_v + (k\% * CF) / N;$$

1ª Hipótesis Simplificatoria: *El **Precio Mínimo** de Viabilidad o de equilibrio equivale a **P3***

2ª Hipótesis Simplificatoria: *El **Volumen de Ventas Inicial** de equilibrio estimado equivale a **Q3***

3ª Hipótesis Simplificatoria: *El **% del Factor de Reparto K** se estima a partir del grado de participación del margen de ventas del producto o servicio de que se trate respecto al total*

$$P_{\text{mín.}} = C_v + (k\% * CF) / N;$$

Donde: **Pmín.=P3**; **N=Q3**; **K%** es un **factor de reparto** de Costes Fijos entre el combinado de productos y servicios.

CRITERIOS DE SIMPLIFICACIÓN PARA FIJAR PRECIOS: (Otra vía)



En la fase **Inicial del Proyecto**: ¿Cuál de los Volúmenes de Ventas **Q1** (Máxima), **Q2** (Óptima) y **Q3** (Mínima), es más **fácil** de determinar?

Todo Proyecto exige un análisis de **Viabilidad**, que conlleva a la determinación de un **Volumen Mínimo de Ventas**, para una estimación de **Precios prevista inicialmente**, a partir del cual el Margen de Ventas cubre todos los Costes Fijos y **NO** se producen **Beneficios ni Pérdidas**.

$$N_{\text{mín.}} = (k\% * CF) / (P - C_v);$$

1ª Hipótesis Simplificatoria: El **Precio Inicial** de equilibrio estimado equivale a **P1**

2ª Hipótesis Simplificatoria: El **Volumen Mínimo de Ventas** de equilibrio equivale a **Q1**

3ª Hipótesis Simplificatoria: El **% del Factor de Reparto K** se estima a partir del grado de participación del margen de ventas del producto o servicio de que se trate respecto al total

$$N_{\text{mín.}} = (k\% * CF) / (P - C_v);$$

Donde: **P=P1**; **Nmín.=Q1**; **K%** es un **factor de reparto** de Costes Fijos entre el combinado de productos y servicios.



CONCLUSIONES: Si el Precio Mínimo de Equilibrio de Viabilidad equivale a P_3
O si el Volumen de Ventas de Equilibrio equivale a Q_1 y el Precio Máx. equivale a P_1

Para Maximizar Ingresos:

P_2 (Precio Óptimo Objetivo) = $2 * P_3$; P_1 (Precio Máximo a Fijar) = $1,5 * P_2$;

*P_2 (Precio Óptimo Objetivo) = $2 * P_1 / 3$; P_1 (Precio Máximo a Fijar)*

A (Precio Máximo posible) = $4 * P_3$; P_3 (Precio Mínimo en Ofertas)

*A (Precio Máximo posible) = $4 * P_1 / 3$; P_3 (Precio Mínimo en Ofertas) = $P_1 / 3$*

Para Maximizar Beneficios:

P'_2 (Precio Óptimo Objetivo) = $(A + C_v) / 2$; P'_1 (Precio Máximo a Fijar) = $(3A + C_v) / 4$;

P'_2 (Precio Óptimo Objetivo) = $(A + C_v) / 2$; P'_1 (Precio Máximo a Fijar) = $(3A + C_v) / 4$

P'_3 = $(A + 3C_v) / 4$ (Precio Mínimo en Ofertas)

P'_3 = $(A + 3C_v) / 4$ (Precio Mínimo en Ofertas)

NOTA: El Precio elegido procurará NO superar los Márgenes del Precio de Mercado.

RESUMEN: Nuestro objetivo ha sido daros Herramientas, como las que os hemos presentado, para obtener **Precios de Referencia** que os sirvan para tomar **decisiones** sobre el **Precio** con una base más objetiva.

<https://www.powtoon.com/online-presentation/bTY2czZmgIH/presentacion-de-herramienta/>

Muchas gracias

Julián Bartolomé. Para Consultas o detalles:

jmbart55@secot.org