



Análisis de los precios en un Estudio de mercado

Licenciatura en Economía

**Elaborado por:
M. en C.E. Brenda Carolina Robles Pérez**

Datos de identificación

Licenciatura en Economía

**Unidad de aprendizaje: Formulación y Evaluación de
Proyectos de Inversión**

Número total de créditos: 6

Carácter de la unidad de aprendizaje: obligatoria

Total de horas a la semana: 4

“Análisis de los precios en un estudio de mercado”

Elaborado por:

M. en C.E. Brenda Carolina Robles Pérez

Guion explicativo

- Las diapositivas que se presentan, pretenden servir de guía y apoyo para la unidad de aprendizaje de Formulación y evaluación de proyectos de Inversión, que se imparte en la licenciatura en Economía, en la Facultad de Economía.
- Son específicamente para la Unidad de competencia II, referente al estudio de mercado, y dan cuenta de la importancia que tiene realizar el ***análisis o estudio de los precios*** para establecer la viabilidad del producto o servicio que se ofrecerá en el mercado
- Se aborda el análisis de los precios a partir de los factores que intervienen en su fijación como son: la oferta y demanda de mercado, y la competencia.

Guion explicativo

Se enumeran las estrategias y políticas para la fijación de precios.

En la segunda parte se describe también la fijación de precios de la empresa en concordancia con los *costos* y las diferentes aproximaciones de acuerdo a su clasificación:

1. De acuerdo a la función en que incurren.
2. De acuerdo al nivel de producción.
3. Según su identificación en el producto

Finalmente se describe el punto de equilibrio de la empresa, como una forma de considerar la demanda del mercado y los costos en la determinación del precio, así como los márgenes necesarios de ganancia, tomando en cuenta la distribución por mayoristas del producto o servicio.



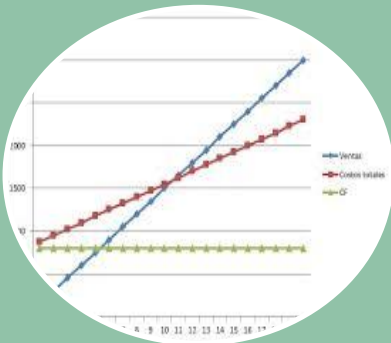
Objetivos de aprendizaje

1. Conocer los factores que intervienen en la fijación del precio de un producto o servicio
2. Analizar las implicaciones que pueden tener para un producto la demanda y la oferta de mercado, así como la reacción de la competencia., en las decisiones de precios de la empresa
3. Conocer y determinar los costos fijos y variables; así como los costos de producción, de administración y de ventas en que incurre una empresa, para determinar el nivel de ganancia que puede aplicar al producto.

Factores que intervienen en la fijación de precios



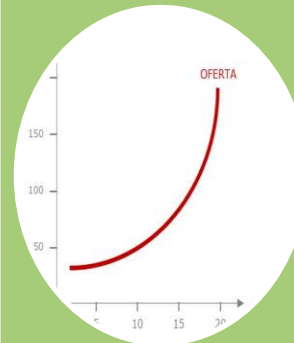
COSTO



**PUNTO
DE
EQUILIBRIO**



DEMANDA



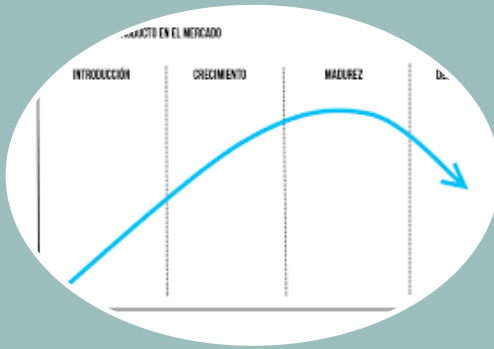
OFERTA



**COMPE
TENCIA**



Otros factores determinantes del precio



Ciclo de vida de un producto



Inflación



Recesión



Estrategias y políticas para la fijación de precios

1. Identificar los objetivos de los precios

2. Estimar la demanda, costos y utilidades

3. Seleccionar la estrategia de precios que se utilizará

4. Establecer las tácticas para afinar el precio base

Selección de los objetivos de los precios

1

- SUPERVIVENCIA

2

- MAXIMIZACIÓN DE UTILIDADES

3

- MAXIMIZACIÓN DE LA PARTICIPACION DE MERCADO

4

- LIDERAZGO EN CALIDAD DEL PRODUCTO

5

- OTROS OBJETIVOS

Tácticas para afinar el precio base

Política de precios por área geográfica

Política de un solo precio

Política de precios variables

Descuentos y bonificaciones

Descuentos al mayoreo

Descuentos por cantidad acumulativa

Descuentos de patrocinio

Descuentos comerciales o funcionales

Descuentos en efectivo

Descuentos estacionales

Descuentos promocionales

Precio



Antes de tomar cualquier decisión con respecto al precio de su producto o servicio existe un requisito indispensable que usted debe cumplir: conocer sus **costos**.

Los costos se pueden dividir en costos fijos o variables, costos semifijos.

Costos de producción, de administración y de ventas.

Clasificación de los costos

- Los costos tienen diferentes clasificaciones de acuerdo con el enfoque y la utilización que se les dé
- Algunas de las clasificaciones más utilizadas son:
 1. De acuerdo a la función en que incurren.
 2. De acuerdo al nivel de producción.
 3. Según su identificación en el producto

De acuerdo a la función en que incurren

Costos de producción

Costos de administración

Costos de distribución y ventas

Costos de financiamiento

De acuerdo a la función en que incurren

1. **Costos de producción:** son los costos que se generan en el proceso de transformar la materia prima en productos terminados.
2. **Costos de administración:** son los generados en las áreas administrativas de la empresa
3. **Costos de distribución:** Los que se generan por llevar el producto o servicio hasta el consumidor final.
4. **Costos de financiamiento:** se generan por el uso de recursos de capital.

Según el nivel de producción

Costos Fijos

Costos variables

Costos Mixtos

CLASIFICACION DE COSTOS

De acuerdo a su variación con la Producción



Costos Fijos

Son independientes a la producción

Costos Variables

Son proporcionales a la producción

Costos

COSTOS EN RELACIÓN AL VOLUMEN DE PRODUCCIÓN

Costos fijos	Si son cuantificados, no varían aun si la producción es cambiante.	A mayor producción menos costo relacionado por unidad.Ejm. Renta
Costos Variables	Cambian en relación al volumen de producción.	Costo constante en las unidades producidas.Ejm. Materia Prima
Costos Semifijos	Posen las dos características	Ejm. Energía eléctrica. Fijo. Para iluminación Variable. En cuanto a la energía consumida por la maquinaria

Costos

Costos fijos

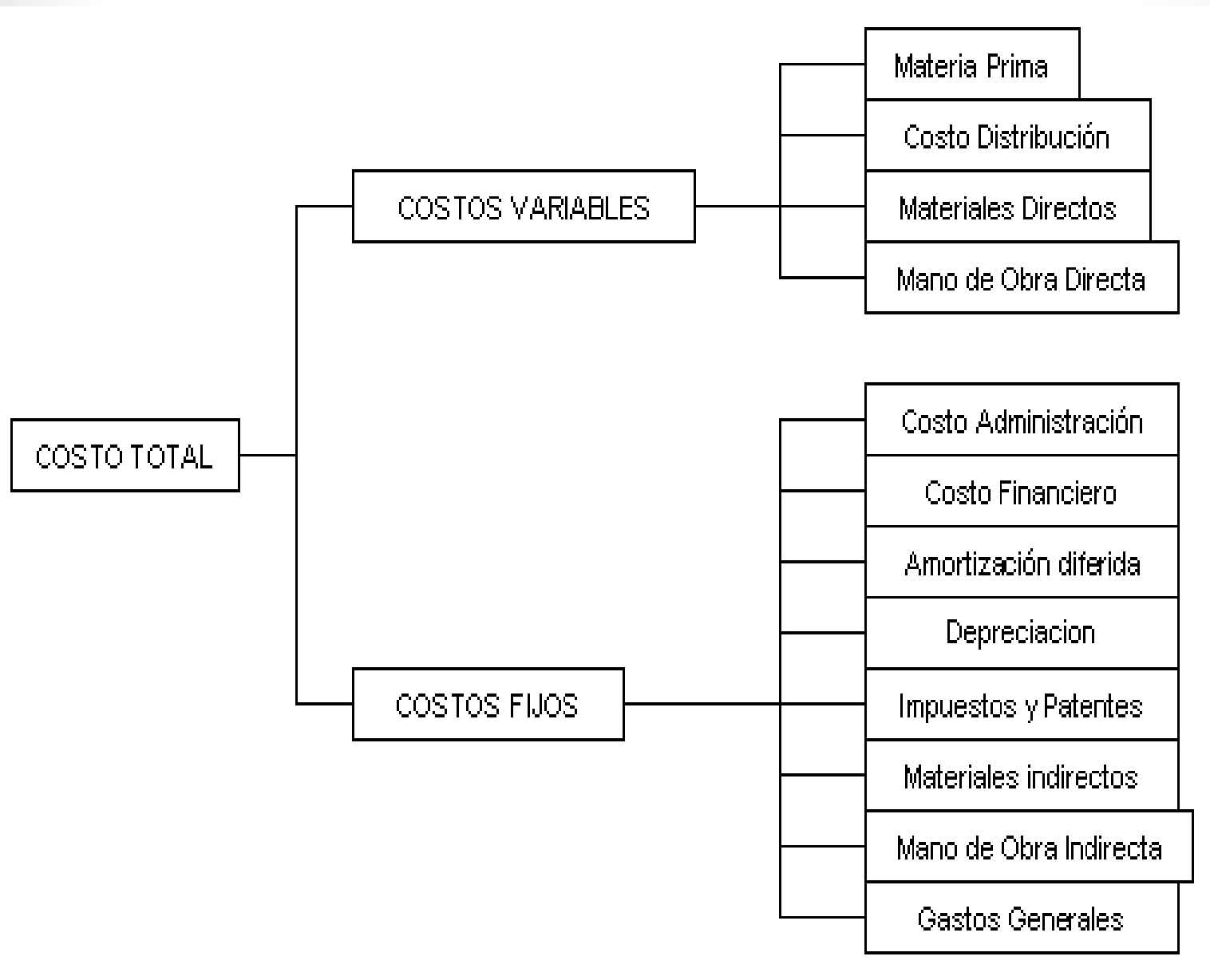
- Son *independientes* a la producción y se producen periódicamente.
- Gastos de administración, de comercialización, depreciación, costo financiero, impuestos.
- Renta del inmueble, los salarios de los ejecutivos.
- Este costo continúa aún cuando la producción se detenga por completo. Es difícil cambiarlo en el corto plazo (no así en el largo).

Costos variables

- Son *proporcionales* a la producción.
- Incluye la materia prima directa, materiales e insumos directos, mano de obra directa.
- Insumos directos: envase y empaque.
- Seguridad Social a cargo de la empresa de las personas que intervienen en el proceso productivo o prestación del servicio.

No	DETALLE	C.F.	C.V.
1	Materia Prima directa		*
2	Materiales e insumos directos		*
3	Mano de Obra directa		*
4	Materiales indirectos		*
5	Mano de obra indirecta	*	
6	Gasto indirecto de Fabricación	*	
7	Gastos de Administración	*	
8	Impuestos o Patentes	*	
9	Gastos de Comercialización	*	*
10	Depreciación	*	*
11	Amortización inversión directa	*	
12	Costo Financiero	*	

Clasificación de Costos



Costos fijos

- **Suministros:** Gastos de luz, agua, teléfono, gas, etc.
- **Impuestos:** Incluye todos los impuestos y tasas de la actividad, como licencia de apertura, tasas municipales, etc.
- **Amortizaciones:** La amortización es el costo por la pérdida de valor de los elementos de la maquinaria, susceptibles de ser amortizados. Para ello existen unas tablas que determinan los porcentajes máximos que las empresas pueden desgravarse a la hora de calcular los impuestos. En las empresas de fabricación o de servicios, las amortizaciones de la maquinaria y de las herramientas y útiles se recogen dentro de los costos variables. También se recogen aquí las amortizaciones de los gastos de establecimiento, cuyo plazo máximo es de cinco años.
- **Gastos financieros:** Recoge los intereses de la financiación externa, incluidos los gastos de negociación o apertura que puedan existir.

Costos fijos

- **Arrendamientos:** Alquiler de local
- **Comunicación:** Costo de las acciones previstas de comunicación.
- **Transportes:** Se tiene en cuenta en el caso de empresas que tengan entre sus políticas la de distribución del producto a la clientela.
- **Servicios de profesionales independientes:** Normalmente se recogen aquí los gastos de gestoría o asesorías externas.
- **Material de oficina:** Gastos en consumibles de oficina.
- **Reparaciones y mantenimiento:** Del local e instalaciones.
- **Mano de obra indirecta:** Se recogen en este apartado los costos salariales de las personas que no intervienen el proceso productivo, incluida la Seguridad Social a cargo de la empresa.

Costos variables

- **Consumo de materias primas o productos:** Este costo está formado por el consumo de materias primas o productos necesario para la producción. No se debe confundir con el costo de las compras realizadas en un determinado periodo, de hecho se calcula restando las existencias finales a la suma de las existencias iniciales y las compras realizadas en el periodo.
- **Mano de obra directa:** Incluye los costos de los salarios brutos y de la Seguridad Social a cargo de la empresa de las personas que intervienen en el proceso productivo o prestación del servicio.

COSTOS

- **Costos fijos:** como la renta, los salarios de los ejecutivos o el impuesto a la propiedad se mantienen constantes con independencia de cuántos artículos se produzcan. Este costo continúa aún cuando la producción se detenga por completo. Es difícil cambiarlo en el corto plazo (no así en el largo).
- **Costo fijo total** es la suma de todos los costos fijos.
- **Costo fijo promedio:** es el costo fijo total dividido entre el número de unidades producidas.

Costos

- **Costo variable** , como el de la mano de obra y la materia prima, se relacionan directamente con la producción. Los costos variables se pueden controlar en el corto plazo cambiando el nivel de producción. Cuando este se detiene, todos los costos variables de producción se convierten en cero.
- **Costo variable total** es la suma de todos los costos variables. Cuántas más unidades se produzcan, más alto es este costo.
- **Costo variable promedio** es el costo variable total dividido entre el número de unidades producidas. El costo variable promedio suele ser alto en las primeras cantidades menores de unidades producidas, y disminuye conforme crece la producción, por causas como los descuentos por cantidad en la materia prima y el empleo más eficiente de la mano de obra. Más allá de cierta producción óptima crece por factores como cuando se rebasan las instalaciones de producción y el pago de tiempo extra.

Costos

- **Costo total** es la suma del costo fijo total y del costo variable total por una cantidad específica producida.
- **Costo total promedio** es el costo total dividido entre el número de unidades producidas.
- **Costo marginal** es el costo de producir y vender una unidad más. Por lo común, el costo marginal de la última unidad es lo mismo que el costo variable de esa unidad.

Costos

1	2	3	4	5	6	7	8
Cantidad producida	Costos fijos totales	Costos variables totales	Costos totales 2+3	Costo marginal por unidad	Costo promedio fijo 2/1	Costo variable promedio 3/1	Costo total promedio 4+1
0	\$256	\$0	\$256	\$84	Infinito	Infinito	Infinito
1	256	84	340	28	\$256	\$84	\$340
2	256	112	368	32	128	56	184
3	256	144	400	80	85.33	48	133.33
4	256	224	480	176	64.00	56	120.00
5	256	400	656		51.20	80	131.20

Clasificación según su identificación con alguna unidad de costeo

Directos:

Pueden identificarse fácilmente con el producto, servicio, proceso o departamento: material y mano de obra directa.

Indirectos

Su monto global se conoce para toda la empresa o para un conjunto de productos. Para su asignación se requiere base de distribución (metros cuadrados, número de personas, etc.)

Clasificación de los costos para la determinación del precio

- **Costos de los materiales directos**

Son todos los costos de materiales incluidos en la producción de un artículo, que son rápidamente identificables en el producto.

- **Costos de la mano de obra directa**

Costos de los trabajos, especializados o no, de los empleados que están relacionados directamente con los materiales que comprenden el producto terminado.

Clasificación de los costos para la determinación del precio

- **Costos indirectos de producción**

Son los formados por aquellos gastos que no pueden ser rápidamente asociados con el producto tales como: herramientas, depreciaciones, combustibles, energía, supervisores, técnicos, papelería, renta, etc.

Clasificación de los costos para la determinación del precio

Los relacionados con la duración del beneficio del costo:

➤ **Costos de inversión (largo plazo)**

Maquinaria, edificios, sistemas, etcétera.

➤ **Costos de operación**

Gastos originados por la administración de la empresa: inventarios, mano de obra, seguros, etc.

➤ **Costos de distribución**

Gastos que tienen como origen la distribución física del producto: fletes, acarreos, almacenaje, publicidad, sueldos de agentes vendedores, comisiones, descuentos en ventas, etc.

TABLA DE CLASIFICACION

PROCESO	EROGACION de dinero	DIRECTOS	INDIRECTOS	VARIABLES	FIJOS
PRODUCCION	<p>COSTOS Erogaciones requeridas para transf. Materia prima en producto terminado.</p> <p>Para administrar inventarios.</p> <p>Para configurar un servicio.</p>	<p>Se identifican directamente con el producto o servicio y lo integran físicamente.</p> <p>Son de fácil medición y cuantificación.</p> <p>Ejemplo en empresa de manufactura: <ul style="list-style-type: none"> ●Materia prima ●Mano de obra operativa, ●Otros insumos directos (empaquete,, envases, transportes por unidad) </p>	<p>Los costos son genéricos, no se pueden identificar de manera directa con un producto o servicio específico.</p> <p>Son difíciles de medir, cuantificar y asignar, necesitan una base de prorrateo y el cálculo es aproximado.</p> <p>Ejemplo: arriendo, energía, depreciación, sueldo del coordinador de producción.</p>	<p>Aumentan o disminuyen de acuerdo con variaciones en el volumen de unidades producidas.</p> <p>Son fáciles de asignar, controlar y analizar.</p> <p>Unitariamente son fijos.</p> <p>Ejemplo: diez camisas tienen costo de materia prima de \$10.000. cinco camisas tendrán un costo de materia prima de \$5.000</p>	<p>Permanecen estables ante diferentes volúmenes de producción.</p> <p>Representan la capacidad instalada en dinero, para producir.</p> <p>Unitariamente son variables</p> <p>Ejemplo: Para elaborar 10 camisas pago 50.000 de arriendo. Para elaborar 5 camisas pago 50.000 de arriendo.</p>
ADMON	<p>GASTOS Erogaciones que ayudan a cumplir los objetivos de la organización</p>	No aplica	<p>Generalmente todos los gastos de admón. son indirectos al producto: sueldos, arriendos, impuestos, seguros, otros.</p>	No aplica	<p>Permanecen estables ante diferentes volúmenes de producción y ventas: sueldos, arriendos.</p>
VENTA	<p>GASTOS Erogaciones que ayudan a generar los ingresos</p>	Comisiones por ventas, fletes, empaque y embalajes por unidad.	Indirectos al producto: sueldos fijos, publicidad, representación, depreciación, otros.	<p>Aumentan o disminuyen de acuerdo con el volumen de ventas, ejemplo: Comisiones por ventas, fletes, empaque y embalajes por unidad.</p>	<p>Permanecen fijos ante volúmenes de ventas: Sueldos, publicidad, representación, depreciación, otros.</p>

Precio



PRECIO

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

Precio=Costos Totales + más un porcentaje de ganancia

Fijación de precios internacionales, divisas extranjeras.

Asignación de precios

- ✓ La base de todo precio de venta es el costo de producción, costos o gastos de administración y gastos de venta más una ganancia.
- ✓ La demanda potencial del producto y las condiciones económicas del país.
- ✓ La reacción de la competencia.
- ✓ Porcentaje del revendedor.

En México el revendedor del producto tiene una ganancia que va de 20% a 30% sobre el precio al que compra el producto. Si la cadena de comercialización es larga el precio se duplica con facilidad.

- ✓ Ventas bajas, fin de temporada,
- ✓ Costos de Mercadotecnia.

Proyección del precio del producto

- Es la base para calcular los ingresos probables en varios años.
- Cuál es el precio al que se venderá el producto al primer intermediario.
- Hacer variar los precios conforme a la tasa de inflación esperada.



Punto de equilibrio de una empresa

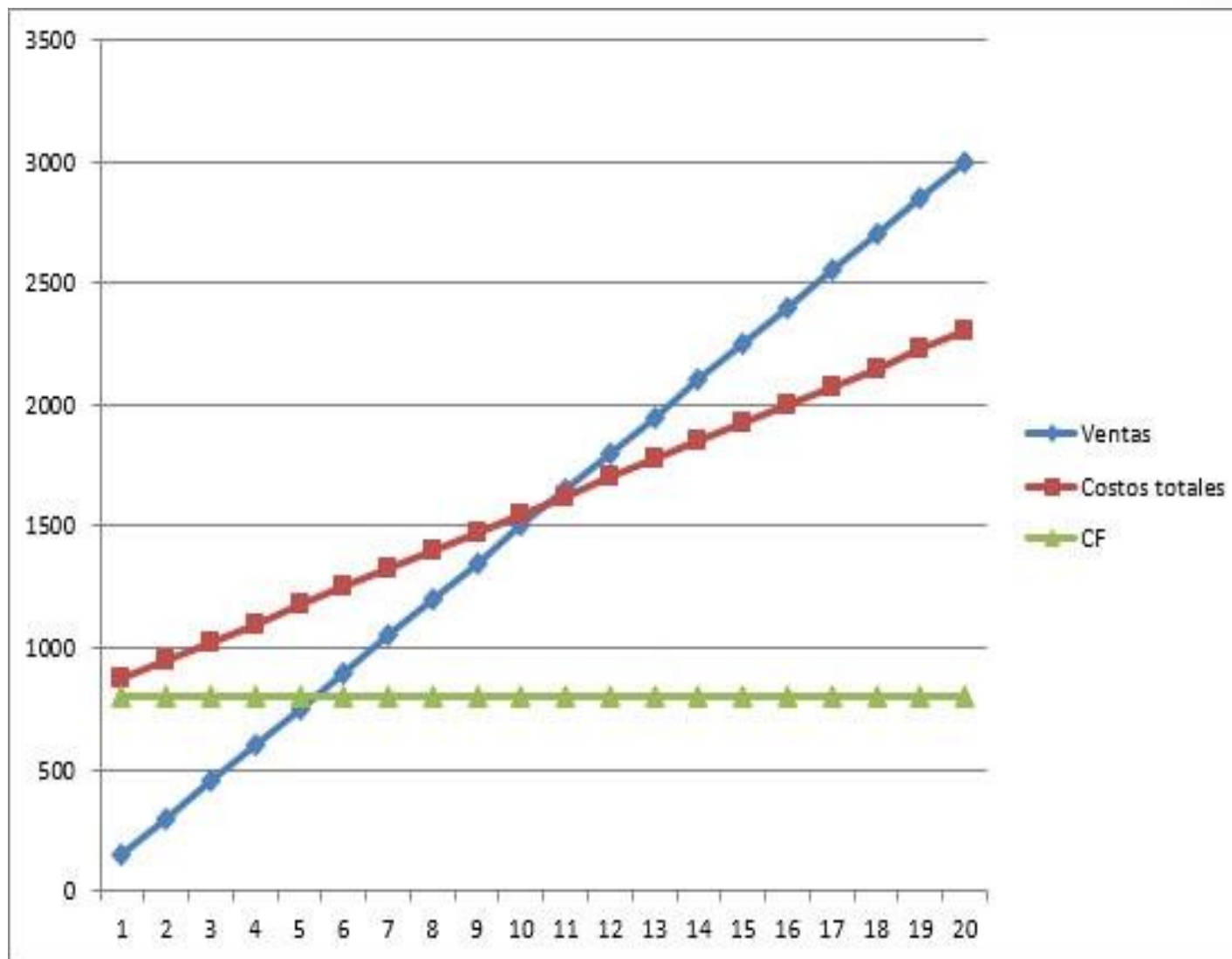
Una forma de considerar la demanda del mercado y los costos en la determinación del precio es el análisis del punto de equilibrio.

Un punto de equilibrio es la cantidad de producción en la que el ingreso total iguala a los costos totales, lo que supone cierto precio de venta.

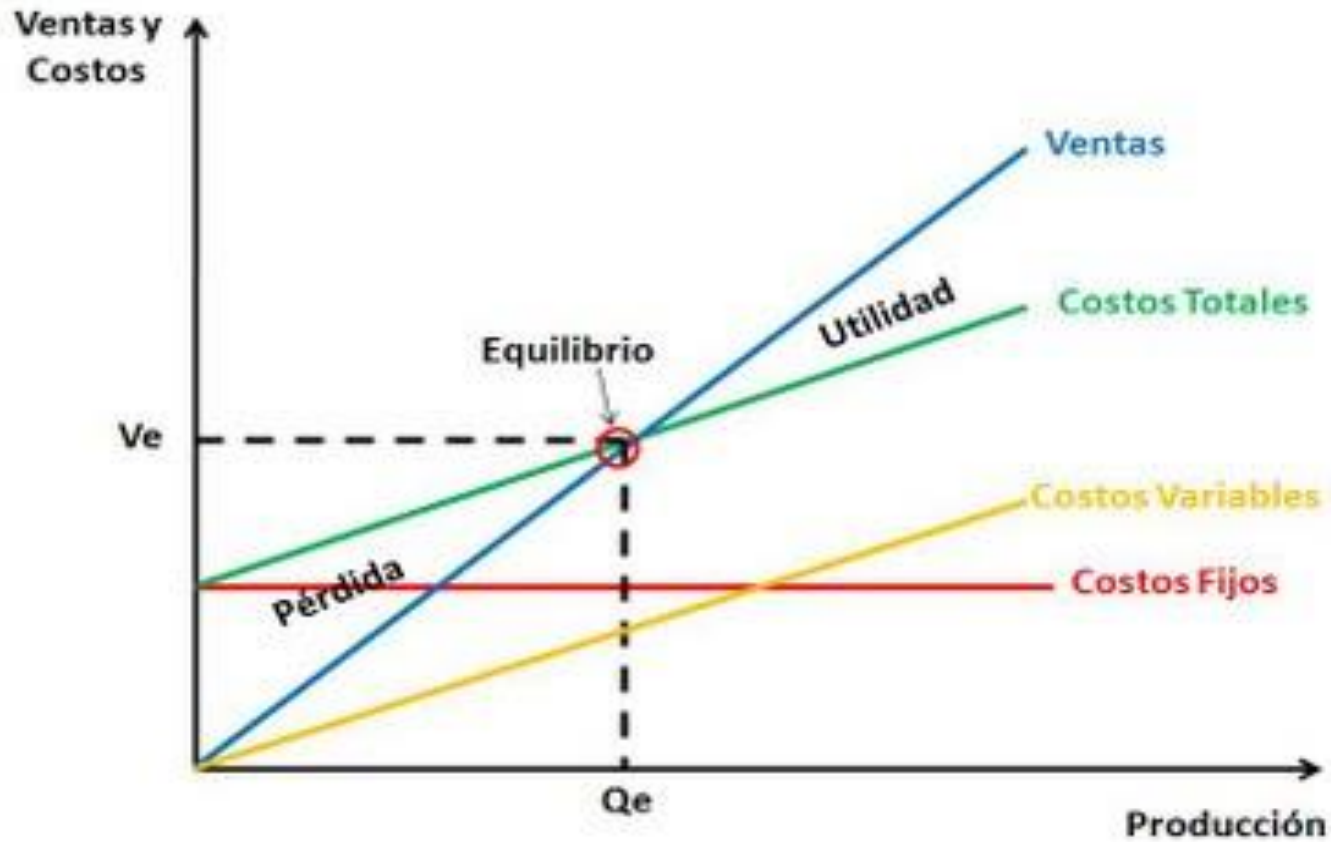
Ingresos = costos

Hay un punto de equilibrio diferente en cada precio de venta.

Punto de equilibrio



Punto de equilibrio



Referencias bibliográficas

1. Baca Urbina, Gabriel. (2013) “*Evaluación de Proyectos*” México Ed. Mc Graw Hill. 7a. Edición.
2. Sapag Chain, Nassir, Sapag, Ch., R. y Sapag, P., J.S. (2014) “*Preparación y Evaluación de Proyectos*”. México 7^a. edición. Ed. Mc Graw Hill.
3. Stanton, William, et. al. (2007) “**Fundamentos de Marketing**” México. Ed. McGraw Hill.