

# ELABORACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS

ESTUDIO DE MERCADO  
ANÁLISIS DE PRECIOS

Dr. Sergio Antonio Chavarria Puga  
<http://sachavarriapuga-net.webnode.es>

---

---

---

---

---

---

---

## Precio

El precio es el valor, expresado en dinero, de un bien o servicio ofrecido en el mercado. Es un elemento determinante en el posicionamiento del negocio en el mercado.

Son diferentes variables que intervienen en la fijación del precio de los productos.

---

---

---

---

---

---

---

## Precio

Para fijar el precio del producto se deben considerar diversos factores, los cuales tienen su origen al interior y exterior de la organización.

Internos		Externos	
Objetivos de la empresa	Estrategias de supervivencia	Tipo de mercado	Competencia Pura
	Maximización de utilidades		Monopolio
	Liderazgo	Relación entre la oferta y la demanda	Oligopolio
	Otros		
Estrategia de posicionamiento de los productos		Percepción del consumidor	
Los costos de los insumos		Precios de la competencia	
Niveles de producción		Otros factores	Gobierno
Consideraciones Organizacionales	Tamaño		Revendedores, mercado ilegal
	Alianzas		Modas, usos, mercado exterior
	Origen		

---

---

---

---

---

---

---

### Fijación del Precio

#### Errores en la fijación de precios del producto

- ◊ Fijar el precio del producto del proyecto única y exclusivamente en función de los costos.
- ◊ Considerar que el precio es constante en el tiempo ignorando los cambios económicos y del mercado propiamente dichos.
- ◊ Fijar el precio independientemente del resto de variables fijadas por el estudio de mercado, lo cual no es una práctica adecuada.

---

---

---

---

---

---

---

### Fijación del Precio

#### Errores en la fijación de precios del producto

- ◊ Para productos iguales mantener el mismo precio, sin considerar las características de presentación o el segmento del mercado al cual está dirigido.
- ◊ Considerar el precio como una variable estática y no dinámica, como es realmente.

---

---

---

---

---

---

---